

## ABSTRAK

### **PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY*, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN *EMOTIONAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SUMSEL BABEL KC SYARIAH PALEMBANG**

Oleh :

**Dita Ayu Adillah**

ditaayuadillah94@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *relationship quality*, *corporate social responsibility*, dan *emotional marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumsel Babel KC Syariah Palembang. Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan skala Likert, analisis regresi, dan uji hipotesis.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu nasabah pada PT. Bank Sumsel Babel KC Syariah Palembang, yang berjumlah 98 responden yang diambil berdasarkan teknik *probability random sampling* dengan metode yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu dengan mengambil secara acak 98 orang responden dari 98 dengan alokasi proporsional. Penelitian ini menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS version 25 for windows* untuk mengolah data.

***Kata Kunci : Relationship Quality, Corporate Social Responsibility, Emotional Marketing, Loyalitas Nasabah***

**ABSTRACT**

**PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN EMOTIONAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SUMSEL BABEL KC SYARIAH PALEMBANG**

**Oleh :**

**Dita Ayu Adillah**

*ditaayuadillah94@gmail.com*

*This study aims to analyze the effect of relationship quality, corporate social responsibility, and emotional marketing on customer loyalty at PT. Bank Sumsel Babel KC Palembang Islamic. This research is a quantitative study with data analysis using a Likert scale, regression analysis, and hypothesis testing.*

*This study uses primary data by distributing questionnaires to respondents, namely customers at PT. Bank Sumsel Babel KC Palembang Islamic, totaling 98 respondents who were taken based on probability random sampling technique with the method used is simple random sampling, namely by randomly taking 98 respondents from 98 with proportional allocation. This study used the help of the SPSS version 25 for windows application program to process the data.*

**Key Words: Relationship Quality, Corporate Social Responsibility, Emotional Marketing, Customer Loyalty.**