

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran serta pengaruh strategi CRM (Customer Relationship Management) dan keunggulan produk dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank BTN KC Syariah Palembang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitiannya, yang datanya bersumber pada data primer dan data sekunder. Data primer bersumber pada wawancara kepada pihak perbankan dan nasabah yang ada di Bank BTN KC Syariah Palembang, dan data sekunder yang berasal dari beberapa jurnal, buku-buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Dimana data-data yang diperoleh akan di analisis, lalu kemudian disimpulkan sehingga menjadi hasil akhir dalam penelitian.

Dari hasil penelitian Bank BTN KC Syariah Palembang melakukan strategi CRM dengan menggunakan pendekatan personal kepada nasabah secara berkelanjutan dengan cara mengetahui pentingnya hubungan yang kuat antara nasabah dengan bank, mengumpulkan data nasabah dari berbagai sumber, menawarkan produk dan layanan yang relevan serta menyediakan solusi keuangan yang tepat, menyediakan fitur *self service* melalui aplikasi *BTN mobile* yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan mengelola transaksi, memiliki CS untuk memberikan layanan yang unggul kepada nasabah, dan memberikan pelatihan berkelanjutan kepada karyawan saat melayani nasabah. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Bank BTN KC Syariah Palembang menerapkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dan menciptakan produk yang unggul untuk meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan nasabah guna keuntungan jangka panjang. Semakin baik pengelolaan hubungan dengan nasabah serta semakin berkualitasnya produk atau layanan yang ditawarkan, maka akan semakin puas nasabah. Kepuasan nasabah inilah yang secara tidak langsung membuat nasabah menjadi loyal kepada Bank BTN KC Syariah Palembang.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management* (CRM), keunggulan produk,

Loyalitas

## **ABSTRACT**

*This study aims to find out how the description and influence of the CRM (Customer Relationship Management) strategy and product excellence in increasing customer loyalty at Bank BTN KC Syariah Palembang*

*This study uses a qualitative approach as a research method in which the data is sourced from primary data and secondary data. Primary data comes from interviews with banks and customers at Bank BTN KC Syariah Palembang and secondary data that comes from several journals, books, and previous research related to research. Analysis, then concluded so that it becomes the final result in the study.*

*From the research results, Bank BTN KC Syariah Palembang carries out a CRM strategy by using a personal approach to customers on an ongoing basis by knowing the importance of a strong relationship between the customers and the bank, collecting customer data from various sources, offering relevant products and services and providing the right financial solutions, providing features self service through the BTN mobile application that allows customers to access information and manage transactions. Have CS to provide superior service to customers, and provide ongoing training to employees when serving customers. The results of this study explain that Bank BTN KC Syariah Palembang implements a customer relationship managements (CRM) strategy and creates superior products to increase customer loyalty by copying good relationships with customers for long-term benefits. The better the management of relationships with customers and the more quality of the products or services offered, the more customer satisfaction. This customer satisfaction indirectly makes customers loyal to Bank BTN KC Syariah Palembang.*

**Keyword:** *Customer Relationship Management (CRM), product excellence, loyalty.*