

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan nasabah dan pengalaman nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Baturaja. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 Nasabah di Bank Bank Muamalat KCP Baturaja.

Metode Pengumpulan data ini menggunakan Kuisioer. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan Rumus Slovin yang di dapat sebanyak 100 responden. Teknik pengujian instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik pengujian asumsi klasik, dan pegujian hipotesis dengan menggunakan analisis statistik IBM SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pendekatan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah ($1,822 > 1,660$), sedangkan Pengalaman Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ($7,931 > 1,660$) . Pendekatan Nasabah dan Pengalaman Nasabah berpengaruh secara simultan ($35,448 > 3,09$)

Kata Kunci : *Loyalitas Nasabah, Pendekatan Nasabah, dan Pengalaman Nasabah*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence, Customer Intimacy and Customer Experience on Customer Loyalty at Bank Muamalat KCP Baturaja. This study used primary data with a quantitative approach. The population in this study consisted of 100 customers at Bank Muamalat KCP Baturaja.

This method of data collection uses Kuisioer. The sampling method in this study used Purposive Sampling with the Slovin Formula which was obtained by as many as 100 respondents. This research instrument testing technique uses validity tests and reliability tests. Classical assumption testing techniques, and hypothesis testing using IBM SPSS 26 statistical analysis.

The results of this study show that Increasing Customer Intimacy has a positive effect on Customer Loyalty (1,822 > 1,660), while Customer Experience has a significant positive effect on Customer Loyalty (7,931 > 1,660). Increase Customer Bonding, Customer Intimacy and Customer Experience simultaneously (35,448 > 3,09).

Keywords: Customer Loyalty, Customer Intimacy, and Customer Experience