

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas hubungan dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. Hal ini disebabkan oleh semakin berkembangnya bank syariah Indonesia yang mengakibatkan banyak nasabah menyampaikan aspirasinya mengenai permasalahan yang ditemuinya saat bertransaksi, baik dari segi pelayanan maupun hubungan yang terjalin antara karyawan dengan nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner dengan skala likert sebagai sumber data primer. Sampel penelitian terdiri dari 99 responden, yang diambil menggunakan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk kuesioner adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan analisis regresi berganda dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas hubungan dan kualitas pelayanan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu, Kualitas hubungan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Hubungan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of relationship and service quality on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Patal Palembang. This is due to the increasing development of Indonesian sharia banks which has resulted in many customers expressing their aspirations regarding the problems they encounter in transactions, both in terms of service and the relationships that exist between employees and customers.

This research uses a quantitative approach and uses a questionnaire with a Likert scale as the primary data source. The research sample consisted of 99 respondents, taken using simple random sampling. The data analysis techniques used for the questionnaire are validity and reliability testing, classical assumption testing, hypothesis testing, and multiple regression analysis with data processing using IBM SPSS Statistics version 21.

The research results show that relationship quality and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Apart from that, relationship quality and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Relationship Quality, Service Quality, Customer Loyalty