

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan Merek, dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 5.239 nasabah dengan metode *Simple Random Sampling* dan menggunakan rumus *Taro Yamane* sehingga sampel berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian data primer diolah dengan menggunakan IBM SPSS 25. Hasil Uji T menunjukkan bahwa Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang, Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang, dan Hubungan Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang. Dibuktikan dengan koefisien determinasi 78,3% terhadap Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini, sedangkan 21,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Kepercayaan Merek, Hubungan Pemasaran, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Service Excellent, Brand Trust, and Relationship Marketing have on Customer Satisfaction of PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch Office. The population in this study amounted to 5,239 customers with the Simple Random Sampling method and using the Taro Yamane formula so that the sample amounted to 100 respondents. The results of the T test show that Service Excellent has a positive and significant effect on customer satisfaction of Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch Office, brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction of Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch Office, and Relationship Marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction of Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch Office. Proven by the coefficient of determination of 78.3% on customer satisfaction in this study, while the remaining 21.7% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Service Excellent, Brand Trust, Relationship Marketing, Customer Satisfaction.*