

Abstract

This study aims to analyze the influence of customer relationship management, the quality of e-banking services, and the company's image on customer loyalty at Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch. This study uses a quantitative approach using the help of the SPSS version 29 program where data is collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who are a sample of customers of Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Branch. Data analysis was carried out using multiple linear regression techniques to determine the influence of each independent variable dependent. The results of the study show that Customer Relationship Management and Company Image have an effect on customer loyalty. Meanwhile, the quality of e-banking services has no effect on customer loyalty. These findings show that in increasing customer loyalty, Bank Sumsel Babel Palembang Sharia Branch needs to strengthen its relationship management strategy.

Keywords: *Customer Relationship Management, E-Banking Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty, Islamic Bank.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen hubungan pelanggan, kualitas jasa layanan *e-banking*, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 29 dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan sampel dari nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Sementara itu, kualitas jasa layanan *e-banking* tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang perlu memperkuat strategi manajemen hubungan pelanggan serta mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan. Di sisi lain, meskipun layanan *e-banking* terus berkembang, faktor ini tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas nasabah dalam penelitian ini.

Kata kunci: **Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Jasa Layanan e-Banking, Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah.**