

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN NILAI NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi pada bank BNI Cabang Tasikmalaya)**

oleh: Fipit Fitriani Yudistira

ABSTRAK

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh customer relationship marketing terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya? (2) Bagaimana pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya? (3) Bagaimana pengaruh customer relationship marketing dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Mengetahui pengaruh customer relationship marketing terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya. (2) Mengetahui pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya. (3) Mengetahui pengaruh customer relationship marketing dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Cabang Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. sedangkan untuk pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan angket. Hasil yang telah diperoleh melalui analisis data, yaitu: (1) Berdasarkan hasil penyebaran angket diketahui bahwa customer relationship marketing diperoleh skor dengan kriteria sangat tinggi, begitu juga dengan dengan Loyalitas Nasabah termasuk kategori sangat tinggi. Hasil pengolahan data diketahui bahwa customer relationship marketing berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Cabang Tasikmalaya; (2) Berdasarkan hasil penyebaran angket diketahui bahwa nilai nasabah diperoleh skor dengan kriteria sangat tinggi, Begitu juga dengan dengan Loyalitas Nasabah termasuk kategori sangat tinggi. Hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Cabang Tasikmalaya. (3) Berdasarkan hasil penyebaran angket diketahui bahwa customer relationship marketing dan nilai nasabah diperoleh skor dengan kriteria sangat tinggi, Begitu juga dengan Loyalitas Nasabah termasuk kategori sangat tinggi. Hasil pengolahan data diketahui bahwa Customer relationship marketing dan nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Cabang Tasikmalaya.

Kata Kunci: *Customer Relationship Marketing*, Nilai Nasabah, Loyalitas Nasabah