

## ABSTRAK

**Khoirul Insan (1520220026), “Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bri Syariah Kcp Kudus”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *customer relationship management* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kasus dan penelitian lapangan (*case research and field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang menjadi objek penelitian adalah nasabah BRI SYARIAH KCP Kudus dengan Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden. metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Berdasarkan hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5%, diperoleh kesimpulan : (1) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,487 sedangkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,889 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,668. (2) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *service quality* terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,353 sedangkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,715 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,668. (3) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,279, taraf  $t_{hitung}$  sebesar 2,496 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,668. (4) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *Service quality* terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien korelasi sebesar 0,256 sedangkan taraf  $t_{hitung}$  sebesar 2,958 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,668. (5) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,654 sedangkan taraf  $t_{hitung}$  sebesar 2,958 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,668. (6) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien intervensi sebesar 0,1912 sedangkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,939 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,667. (7) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *Service quality* terhadap loyalitas nasabah secara positif dan signifikan dengan kepuasan sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien intervensi sebesar 0,143 sedangkan  $t_{hitung}$  sebesar 4,770 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,667.

Kata kunci : *customer relationship management*, *service quality*, kepuasan, loyalitas.