**PENGARUH PENERAPAN STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KPRI BUDI LUHUR LAMONGAN**

 **(*THE EFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION OF CUSTOMER SATISFACTION IN KPRI BUDI LUHUR LAMONGAN*)**

***Rini Suryani1, Mohammad Yaskun², Muhammad Imam Syairozi³***

*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan*

 *Email :* *rinisuryani403@gmail.com*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Website:** |  | **Abstrak**  |
| https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma |  | Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif pada KPRI Budi Luhur Lamongan dengan judul “Pengaruh Penerapan Strategi *Customer Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KPRI Budi Luhur Lamongan”. Tujuan skripsi ini adalah untuk mengatahui hubungan variabel *Customer Relationship Marketing* terhadap kepuasan nasabah baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada KPRI Budi Luhur Lamongan pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Dari variabel penelitian ini akan diperoleh variabel mana yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Obyek penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F. Kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk mengatahui hubungan variabel *Customer Relationship Marketing* terhadap kepuasan nasabah baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada KPRI Budi Luhur Lamongan pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Dari variabel penelitian ini akan diperoleh variabel manakah yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Kata Kunci:** |  |
| *Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah, Kepuasan Nasabah* |  |
|  |  |
| **Keywords :** *Trust, Commitment, Communication, Handling Problems, Customer Satisfaction* |  | ***Abstract***  |
|  | This research is a type of quantitative research on KPRI Budi Luhur Lamongan with the title "Effect of Application of Customer Relationship Marketing Strategy on Customer Satisfaction on KPRI Budi Luhur Lamongan". The purpose of this thesis is to know the relationship between Customer Relationship Marketing variables and customer satisfaction both together or in part at KPRI Budi Luhur Lamongan in 2016 to 2019. From this research variable, we will get the most dominant variable on customer satisfaction. The research object uses the method of observation, interviews, and documentation. While the data analysis technique uses validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, correlation test, coefficient of determination, t test, F test. The conclusion of this research is to know the relationship between Customer Relationship Marketing variables to customer satisfaction both together in part or in KPRI Budi Luhur Lamongan in 2016 to 2019. From this research variable, it will be obtained which variable is the most dominant to customer satisfaction. |
|  |  |
|  |

DAFTAR PUSTAKA

Amiruddin, Fahmi. 2014. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dilihat Dari Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri Di Kudus. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*

Ciputra. 2016 .Ciputrauceo.net/blog/2016/5/16/pengertian-korelasi-dan-macam-macam-korelasi. (Diakses 18 November 2019)

Gabriella, Inggrid Stacia. 2017. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor Cabng Sendawar Kutai Barat).* Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Hastriana, Rani. 2014. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Cabang Pangkep.* Skripsi. Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar.

Ibok, N., & Sampson, E. 2014. Factors Affecting the Effectiveness of *Relationship marketing* in the Nigerian Tele*communication* Industry: The Customer Perspective. *International Journal of Managerial Studies and Research.*

Maulidi dan Ainur Rofiq. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah: Studi pada Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Bawean. (Diakses 18 November 2019)

Ndubisi, N.O. 2007. *Relationship marketing* and customer loyalty. *Marketing Intelligence and Planning, XXV,* 1, 98-106.

Putri, Ustantia Pratiwi, dkk. 2014. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Volume 15 No. 2.*

Santoso, S. 2015. SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi, Jakarta, PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.

Sefesiyani, Atika, dkk. 2015. Pengaruh Relationship Marketing (Pemasaran Relasional) Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Dinoyo Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Volume 28 No. 2.*

Sugiyono. 2018. Metode Pengertian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfa Beta.

Verawati. 2017*. Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Wibowo, Aris. 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. NSC Finance)*. Skripsi. Purworejo: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.