

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza

Dian Alriani Putri

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75355&lokasi=lokal>

Abstrak

Dian Alriani Putri, Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh antara relationship marketing (trust/kepercayaan dan commitment/komitmen) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza pada tahun 2020 sebanyak 15.000 nasabah dan 100 nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza sebagai sampelnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Sedangkan untuk metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan untuk olah data menggunakan program SPSS versi 25 . hasil dari penelitian ini adalah trust (kepercayaan) dengan tingkat sig $0,001 < 0,05$, commitment (komitmen) dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$. Secara parsial variabel trust (kepercayaan) dan commitment (komitmen) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara bersama-sama variabel trust (kepercayaan) dan commitment (komitmen) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dengan F-hitung 103,532 dan tingkat signifikasi $0,00 < 0,05$.