ABSTRAK

Mira Sari. 2018. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A. Yani Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. Hj. Gt. Muzainah, SH., MH, (II): Annisa Sayyid, SHI., MSI.

Kata Kunci: *Relationship Marketing,* Loyalitas Nasabah.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari pentingnya *relationship marketing* bagi suatu perusahaan jasa untuk memenangkan persaingan dalam memberikan layanan kepada para nasabah, di mana hal tersebut adalah faktor utama dalam menjadikan nasabah loyal terhadap perusahaan. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A.Yani Banjarmasin sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan tentu sangat memperhatikan masalah ini.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling aksidental* dengan rumus slovin yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji T, uji F dan Determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS 22 *for windows.*

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan data bahwa secara parsial *relationship marketing* yang meliputi ikatan keuangan (*financial benefit*), ikatan sosial (*social benefit*), dan ikatan struktural (*struktural benefit*) tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A.Yani Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji T ikatan keuangan dimana hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$(0,235<1,984) dengan nilai sig 0,815>0,05, ikatan sosial menunjukkan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$(1,626<1,984) dengan nilai sig 0,108>0,05, dan ikatan struktural $t_{hitung} < t_{tabel}$(1,674<1,984) dengan nilai sig 0,097>0,05. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh antara ikatan keuangan (*financial benefit*), ikatan sosial (*social benefit*), dan ikatan struktural (*struktural benefit*) terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A.Yani Banjarmasin, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,059>2,7) dengan nilai sig 0,032<0,05.