

ABSTRAK

Sari Kartika, 2022, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Moch. Cholid Wardi, M.HI.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Loyalitas Anggota.*

Perbankan dituntut untuk menemukan dan membangun sistem pemasaran yang mampu secara profesional meretensi para nasabahnya. *Relationship Marketing* yang baik dan optimal terbukti mampu untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, perusahaan diuntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing – masing melalui upaya – upaya yang kreatif, inovatif dan efisien. Apalagi telah terjadi pergeseran paradigma, dari pemasaran transaksional (*transactional marketing*) menuju pemasaran relasional (*relationship marketing*).

Terdapat dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : *pertama* apakah *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan. *Kedua*, seberapa besar berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan. Dengan tujuan *pertama*, untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Relationship Marketing* terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan. *Kedua*, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Relationship Marketing* terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis yang berjumlah 2.708 anggota. Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus *Sample Cross Sectional* sehingga diperoleh sampel sebanyak 93 anggota. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan. Berdasarkan uji parsial (uji-t) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,015 > t_{tabel} 1,990$ dengan taraf Sig. $0,047 < 0,05$. *Kedua*, Dari hasil koefisien determinasi di peroleh nilai *R Square* 0,043 (4,3%) yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan sebesar 4,3% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di perhitungkan dalam analisis ini.