

ABSTRAK

Viekri Alif Maulana, 2023, *Penerapan Servicescape dan Relationship Marketing dalam Menciptakan Kepuasan Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Prof. Dr. H. Zainal Abidin, M.E.I

Kata Kunci: *Servicescape, Relationship Marketing, Kepuasan Nasabah*

Servicescape (lingkungan fisik) yang memadai bisa menciptakan kepuasan bagi para nasabah untuk bisa memenangkan persaingan. *Servicescape* merupakan suasana penyampaian jasa yang tepat. Peningkatan hubungan menjadi faktor penting untuk tetap mempertahankan nasabah dengan adanya *relationship marketing*. *Relationship marketing* adalah cara usaha pemasaran pada nasabah untuk meningkatkan hubungan pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan kepuasan maksimum pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama* bagaimana penerapan *servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *kedua* bagaimana *relationship marketing* yang diterapkan pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *ketiga* unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* apa saja yang paling mendorong terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan seperti pimpinan cabang, karyawan, dan nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama* penerapan *servicescape* meliputi desain interior yang nyaman dan menarik, tata letak yang memudahkan nasabah, serta kebersihan dan kerapian ruangan yang terjaga membuat nasabah merasa puas dengan *servicescape* yang disediakan, seperti desain interior, tata letak, dan kebersihan ruangan, terdapat beberapa kekurangan, seperti area parkir yang kurang rapi, lokasi bank yang sulit dijangkau, dan area pelayanan yang nyatu dengan kamar mandi, fasilitas yang disediakan cukup memadai, seperti air mineral gratis dan AC. *Kedua*, penerapan *relationship marketing* meliputi komunikasi yang efektif dengan nasabah, program loyalitas, dan pemberian penghargaan kepada nasabah setia membuat nasabah merasa puas dengan komunikasi dan interaksi yang dilakukan oleh karyawan dan Pelayanan yang diberikan ramah dan mudah dipahami. *Ketiga*, Unsur-unsur penerapan *servicescape* dan *relationship marketing* yang paling mendorong kepuasan nasabah yaitu efisiensi dan manfaat *servicescape*, keadilan dan kelayakan dalam pelayanan dan kenyamanan yang diberikan