

## ABSTRAK

**Susi Nur Aini**, 2020, Korelasi *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. Sri Handayani, MM.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management, Loyalitas Anggota*

KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep termasuk sebuah lembaga keuangan yang tengah berkembang, tentunya memiliki banyak pesaing dari berbagai lembaga keuangan lainnya sehingga, dalam persaingan tersebut memerlukan peranan pemasaran sebagai fungsi pengorganisasian dan sekumpulan proses untuk menciptakan nilai, pengkomunikasian nilai dan penyerahan nilai tersebut kepada pelanggan, serta untuk mememanajemeni hubungan pelanggan (CRM) dengan cara yang bermanfaat bagi organisasi dan pemegang kepentingan. Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui apakah *Customer Relationship Management* berhubungan secara parsial pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tehnik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dan bantuan alat analisis SPSS. Jenis data yakni data primer. Populasi dalam penelitian ini yaitu Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *simple random sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pengambilan sampel ditentukan dengan rumus *slovin* dengan jumlah responden 105. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu, kuesiner (angket).

Hasil uji secara parsial (uji T), variabel *Customer Relationship Management* diperoleh nilai  $T_{hitung} 9,074 > T_{tabel} 1,983$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa variabel *Customer Relationship Management* memiliki korelasi yang signifikan pada loyalitas anggota. Maka, dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* mempunyai korelasi secara parsial pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya  $R^2$  adalah 0,444 atau 44,4%. Hal ini menunjukkan sebesar 44,4% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya, besar korelasi antara *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep adalah 44,4%.