

ABSTRAK

YUSRIZAL. 2023. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kabupaten Gowa. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh pembimbing I Moh Aris Pasigai dan pembimbing II Nurlina.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah relationship marketing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kabupaten Gowa. Pemilihan topic oleh penulis melihat Pertumbuhan suatu perbankan tidak terlepas dari nasabah yang mempunyai tingkat loyalitas tinggi. jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan descriptive research, dengan menggunakan populasi nasabah sebanyak 1.520 nasabah, peneliti menggunakan rumus slovin dalam penentuan sampel dan didapatkan hasil sebanyak 88 sampel nasabah.

Dalam penelitian ini sumber daya yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan *Social Science* (SPSS) versi 23 mengenai pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu hasil pengujian hipotesis koefisien pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas nasabah sebesar $t_{hitung} 2.968 > t_{tabel} 1.662$ dan nilai signifikan $= 0.004 < 0.05$. Hal ini menunjukkan relationship marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kabupaten Gowa.

Kata Kunci : Relationship Marketing, Loyalitas Nasabah, Bank BTPN.

ABSTRACT

YUSRIZAL. 2023. The Effect of Relationship Marketing on Customer Loyalty at the National Pension Savings Bank of Gowa Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by supervisor I Moh Aris Pasigai and supervisor II Nurlina.

The purpose of this study was to determine whether relationship marketing has a positive and significant influence on customer loyalty at the National Pension Savings Bank of Gowa Regency. The choice of topic by the author sees the growth of a bank cannot be separated from customers who have a high level of loyalty. this type of quantitative research with descriptive research approach, using a customer population of 1,520 customers, researchers using the slovin formula in determining the sample and the results obtained are 88 samples of customers.

In this study the resources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this study used the Likert scale method. Based on the results of data research with Social Science (SPSS) version 23 concerning the effect of relationship marketing on customer loyalty

The discussion in this study is the result of testing the hypothesis that the coefficient of relationship marketing influence on customer loyalty is $t_{count} 2,968 > t_{table} 1,662$ and significant value = $0.004 < 0.05$. This shows that relationship marketing has a positive and significant effect on customer loyalty at the National Pension Savings Bank of Gowa Regency.

Keywords: Relationship Marketing, Customer Loyalty, Bank BTPN.