

ABSTRAK

Adhimas Sidiq Himawan. “Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BNI Kebumen)”. *Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2024.*

Perbankan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun, mengingat perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah merevolusi setiap bidang usaha dan aktivitas manusia, mempertahankan kesetiaan masyarakat terhadap suatu layanan produk menjadi hal yang tidak mudah. Bank BNI sebagai salah satu bank yang berorientasi pada nasabah dan mengikuti kemajuan teknologi, memahami akan pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan nasabah, sehingga Bank BNI terus mengupayakan hubungan yang baik dengan nasabah guna menumbuhkan loyalitas pada diri nasabah.

Tujuan penelitian: (1) menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan, (2) menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan, (3) menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, (4) menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi penelitian adalah nasabah Bank BNI cabang Kebumen, pengambilan sampel dengan *purposive sampling* diperoleh 120 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner skala *likert*, setiap instrumen telah diuji dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan *SPSS 25.0 for windows* dengan regresi (*hieararcical regression Analysis*) yang mengacu pada model pengembangan Baron dan Kenny (1986) dan uji *sobel test*.

Hasil penelitian menunjukkan, (1) *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI Kebumen, (2) *Customer Relationship management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Kebumen, (3) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI Kebumen, (4) Kepuasan memediasi sebagian pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI Kebumen.

Kata Kunci : *Customer Relationship management* (CRM), Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Bank BNI