

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN  
NILAI NASABAH SERTA KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH BANK JATIM  
CABANG LUMAJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



Panji Abdillah  
NIM. 213121445

**PROGRAM SARJANA STRATA I  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
WIDYA GAMA LUMAJANG  
2017**

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN NILAI  
NASABAH SERTA KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BANK JATIM CABANG LUMAJANG

ABSTRAK

Loyalitas nasabah menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan perbankan di Indonesia. Hal utama agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar maka jiwa loyalitas dalam diri nasabah harus terbentuk, dengan membangun *customer relationship management* dengan baik dan konsisten. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah, agar nasabah merasa puas dan tidak beralih kepada pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management*, nilai nasabah, dan kepuasan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas Bank Jatim Cabang Lumajang. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *random Sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan alat bantu program SPSS 16. Dalam Analisis Regresi Linier Berganda digunakan uji Asumsi Klasik Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Normalitas.

Dari Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ketiga masing – masing variabel diantaranya *customer relationship management*, nilai nasabah, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, meskipun *customer relationship management* bersifat negatif terhadap loyalitas. Sedangkan, secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lumajang. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan adalah  $Y = 2,597 + - 0,192X_1 + 0,379X_2 + 0,613X_3$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 58,9 % loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *customer relationship management*, nilai nasabah, dan kepuasan, sedangkan sisanya yaitu 41,1% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Customer Relationship Management*, Nilai, Kepuasan, Loyalitas, Nasabah Bank, Analisis Regresi Berganda.

*INFLUENCE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND VALUES  
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY CUSTOMER BANK BRANCH  
JATIM LUMAJANG*

*ABSTRACT*

*Customer loyalty is a top priority in this study because levels of increasingly sharp competition among banking firms in Indonesia. The main thing for the company to survive, compete and dominate the market then psyche yourself customer loyalty should be formed, by building customer relationship management with good and consistent. companies must pay attention to things that are important to customers, so that customers feel satisfied and do not switch to a competitor. This study aimed to determine the effect of customer relationship management, customer value and satisfaction partially or simultaneously loyalty Bank Jatim Branch of Lumajang. Sampling technique used is Random Sampling. Technique The analysis is Multiple Linear Regression Analysis with tools SPSS 16. In Multiple Linear Regression Analysis used test Classical assumptions Multicollinearity, Heteroskidastity, and normality.*

*From the results of this study indicate that the partial third respectively - each of which variables customer relationship management, customer value, and satisfaction significantly influence customer loyalty, whereas, these three variables simultaneously significant effect on loyalty customers of Bank Jatim Branch of Lumajang. Simple linear regression function produced is  $Y = 2.597 + - 0,192X_1 + 0,379X_2 + 0,613X_3$ . Results coefficient determination shows that 58,9% of customer loyalty can explained by the independent variables, customer relationship management, customer value and satisfaction, while the remaining 41.1% of customer loyalty influenced by other variables not examined in this study.*

***Keywords : Customer Relationship Management, Value, Satisfaction, Loyalty, Bank Customer, Multiple Regression Analysis.***