

ABSTRAK

Raoudha Puspita, NPM:15510357, Peranan *Relationship Marketing* dan *Customer Value* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Binjai, Skripsi 2019

Loyalitas Nasabah merupakan kunci keberhasilan dari suatu perusahaan. Semakin banyak nasabah yang loyal maka semakin besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya *Relationship Marketing* dan *Customer Value*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Relationship Marketing* dan *Customer Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Binjai. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Relationship Marketing* dan *Customer Value* baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Cabang Binjai. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sumut Cabang Binjai. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 nasabah. Teknik pengumpulan data adalah Kuesioner dan wawancara. Data menggunakan metode Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Uji t (Uji Parsial), Uji f (Uji Simultan), dan koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil pengujian secara individual *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah diperoleh nilai t hitung sebesar 2,186, jika dibandingkan dengan nilai t tabel maka dihasilkan $2,186 > 1,66$, maka dapat disimpulkan bahwa *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Berdasarkan hasil pengujian secara individual *Customer Value* berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah diperoleh t hitung sebesar 2,037, jika dibandingkan dengan nilai t tabel maka dihasilkan $2,037 > 1,66$, maka dapat disimpulkan bahwa *Customer value* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Berdasarkan hasil Uji simultan F hitung adalah sebesar 5,432, Jika dibandingkan nilai F hitung dengan F tabel maka dihasilkan $5,432 > 2,38$, sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas *Relationship Marketing* dan *Customer Value* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Binjai.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, *Customer value*, Loyalitas Pelanggan

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : RAOUDHA PUSPITA

NPM : 15510357

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PERANAN *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CUSTOMERS VALUE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SUMUT
CABANG BINJAI**

Adalah karya ilmiah hasil kerja saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah usulan penelitian skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi. Kecuali kutipan dan ringkasan yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, Pasal 23 ayat 2 dan pasal 70).

Medan, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan

RAOUDHA PUSPITA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raoudha Puspita
Alamat : Jl. Gunung Rinjani Blok. 3 Binjai Estate
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 27 Oktober 1997
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Nama Ayah : Budi Ashari
Nama Ibu : Astuti
Anak Ke : Satu (1) dari empat (4) bersaudara

Riwayat Pendidikan

SD : MIN Sei Mati Medan Labuhan (2003-2009)
SMP : SMP Negeri 5 Medan (2009-2012)
SMA : SMA Negeri 16 Medan (2012-2015)