

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen yang merupakan komponen dari *Customer Relationship Management* (CRM); komitmen terhadap nasabah, *customer service quality*, and *value added service* terhadap Kepuasan Nasabah.

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan sumber data merupakan tipe data primer dengan kuesioner sebagai instrumen. Kuesioner diberikan kepada 169 responden yang menjadi nasabah PD. BPR Bank Wonosobo. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan; komitmen terhadap nasabah, *customer service quality*, and *value added service* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Keywords: *CRM*, komitmen terhadap nasabah, *customer service quality*, *value added service*, *kepuasan nasabah*.