ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komparatif pengaruh dominasi *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dan *Traditional CRM* terhadap kepuasan nasabah BRI di wilayah Region 4 Palembang. Di tengah persaingan industri perbankan yang hiper-kompetitif akibat digitalisasi, BRI menghadapi tantangan signifikan dalam menyeimbangkan strategi retensi melalui kekuatan jaringan fisik (*physical network*) dan keunggulan layanan digital (*digital loyalty*). Masifnya strategi E-CRM memunculkan indikasi bahwa CRM dalam konteks tradisional menjadi kurang relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mixed Methods* dengan desain *Explanatory Sequential*. Pada fase pertama (kuantitatif), data dikumpulkan melalui survei kuesioner kepada nasabah segmen ritel dan dianalisis menggunakan *IBM SPSS* untuk menguji signifikansi pengaruh dan perbedaan antara kedua model CRM. Pada fase kedua (kualitatif), wawancara mendalam dilakukan untuk mengeksplorasi alasan mendasar di balik preferensi nasabah dan peran hambatan peralihan (*switching barrier*) dalam membentuk loyalitas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi manajerial strategis bagi BRI Region 4 dalam merumuskan bauran strategi pemasaran relasional yang optimal, menyeimbangkan efisiensi teknologi dan sentuhan personal untuk mencapai kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Hasil kuantitatif menunjukkan E-CRM dan *Traditional CRM* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan E-CRM lebih dominan. Hasil kualitatif menunjukkan E-CRM unggul dalam kemudahan dan efisiensi, sedangkan *Traditional CRM* unggul dalam interaksi personal dan kepastian layanan. Integrasi kedua metode menunjukkan keduanya saling melengkapi.

Kata Kunci: ***Electronic CRM*, *Mixed Methods,* Kepuasan Nasabah, *Relationship Marketing*, *Traditional CRM*.**

SEMARANG
FEB UNDIP