## ABSTRAKSI

Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk bersaing dengan bank-bank lain. Permasalahannya adalah terjadi penurunan jumlah nasabah pada BRI Cabang Pandanaran Semarang. Penurunan jumlah nasabah ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya jumlah orang menabung yang menurun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor *relationship marketing* yang terdiri dari *Building Service Partnership* dan *Total Quality Management* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada BRI Cabang Pandanaran Semarang.

Penelitian ini menguji dua variabel independen yaitu *Building Service Partnership* yang dapat mempengaruhi variabel dependen *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah BRI Cabang Pandanaran Semarang. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 16.0.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ($R^2$) secara langsung didapat nilai sebesar 22,7%, sedangkan uji koefisien determinasi ($R^2$) secara tidak langsung didapat nilai sebesar 30,0%. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh hasil (i) *Building Service Partnership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; (ii) *Total Quality Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; (iii) *Building Service Partnership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*; (iv) *Total Quality Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*; (v) *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Dari hasil uji hipotesis secara signifikan (uji f) dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *Building Service Partnership* dan *Total Quality Management* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening.



**Kata Kunci :** *Building Service Partnership, Total Quality Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*