

ABSTRAKSI

Bertambah kompleksnya kebutuhan nasabah yang dipengaruhi lingkungan sosial ekonomi yang beragam, faktor gaya hidup, dapat menyebabkan kebutuhan setiap nasabah bermacam-macam dan menjadi tantangan baru bagi penyedia jasa perbankan dengan menyediakan berbagai macam produk perbankan sesuai keinginan pelanggan. Sehingga bagaimana strategi sebuah bank dapat menjawab tantangan-tantangan ini merupakan suatu hal yang menarik, meliputi berbagai faktor yang saling berkaitan antara proses layanan nasabah, sumber daya manusia, hingga kemajuan teknologi informasi dan strategi yang diterapkan untuk menciptakan loyalitas nasabah menjadi suatu keharusan. Oleh sebab itu penelitian ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah yang dapat berdampak pada peningkatan loyalitas.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini dikembangkan sebuah model penelitian dengan menggunakan lima variabel penelitian yang meliputi kualitas pelayanan, customer relationship management, kepuasan nasabah, trust, dan loyalitas nasabah dengan empat hipotesis penelitian. Data-data yang diperlukan dalam penelitian diperoleh melalui wawancara kepada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Purwodadi dan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM).

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, customer relationship management secara statistik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah secara statistik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan *trust* secara statistik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, customer relationship management, kepuasan nasabah, trust, loyalitas nasabah