

Tutut Wahyuningtyas

Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang,

Jombang, Indonesia

e-mail : tutut.w58@gmail.com

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang,

Jombang, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *relationship marketing* dan keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah pada nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung 2) Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *relationship marketing* dan keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah pada nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung. Penelitian menggunakan metode penelitian verifikatif yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Sampel adalah seluruh nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung yang berjumlah 97 nasabah. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisa Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t) dan Koefisiensi Determinasi dengan menggunakan software computer SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung, yang artinya bahwa semakin tinggi *relationship marketing* yang diberikan kepada para nasabah, maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah yang dirasakan oleh nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung, yang artinya semakin tinggi keunggulan produk maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah unit mikro bank BRI Syariah Kcp Mojoagung.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Keunggulan Produk, Loyalitas Nasabah.