

ABSTRAK

Lina Shofiana (NIM. 1320210222). Pengaruh *Shariah Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Simpanan Mulia KSPS BMT Logam Mulia Cabang Dawe Kudus. Skripsi, Kudus: Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh hasil empiris tentang pengaruh *shariah relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia KSPS BMT Logam Mulia Cabang Dawe Kudus. *Shariah relationship marketing* pada penelitian ini terdiri dari sub variabel ikatan, komunikasi, komitmen, penanganan konflik, kepercayaan dan *shariah compliance*.

Pengumpulan data penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dan melalui metode *sampling aksidental*. Ukuran sampel yang diambil adalah sebanyak 82 responden serta pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis Uji T menunjukkan ikatan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,462 > 1,99167$), Komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,431 > 1,99167$), Komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,556 > 1,99167$), Penanganan konflik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,685 > 1,99167$), Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($3,102 > 1,99167$), begitu juga *shariah compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia, sebab $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,206 > 1,99167$).

Berdasarkan analisis Uji F menunjukkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($19,678 > 2,22$) yang berarti *shariah relationship marketing* yang terdiri dari ikatan, komunikasi, komitmen, penanganan konflik, kepercayaan dan *shariah compliance* secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan simpanan mulia KSPS BMT Logam Mulia Cabang Dawe Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil 0,580 artinya 58% variabel loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel *shariah relationship marketing*.

Kata kunci: *Shariah relationship marketing*, Ikatan, Komunikasi, Komitmen, Penanganan konflik, Kepercayaan, *Shariah compliance*, Loyalitas nasabah.