

ABSTRAK

Nama : Siti Suhaematillah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Sharia Relationship Marketing* dan *Sharia Compliance* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Area Bogor

Untuk menciptakan hubungan yang sangat kuat mengakibatkan setiap bank harus bisa menjalin hubungan yang lebih kuat dengan nasabahnya. Hal ini penting untuk menjaga aktivitas bisnis dapat terus berkesinambungan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Sharia Relationship Marketing* dan *Sharia Compliance* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Area Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun sifat dari penelitian ini adalah Asosiatif/Hubungan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Area Bogor dan Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Random Sampling*. Sedangkan tehnik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Analisis data yang digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel *Sharia Relationship Marketing* (X1) dan vaeiabel *Shariah Compliance* (X2) dengan variabel Loyalitas Nasabah (Y) dan juga untuk mengetahui korelasi antara keduanya adalah menggunakan teknik Analisis Regresi Berganda dan Uji t (Uji Signifikansi Parsial) dan Uji F (Uji Simultan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Sharia Relationship Marketing* dan *Shariah Compliance* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia Area Bogor. Hal ini menunjukkan semakin baik *Sharia Relationship Marketing* dan *Sharia Compliance* maka semakin tinggi juga Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci: Hubungan Pemasaran Syariah, Kepatuhan Syariah, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

Name : Siti Suhaematilah
Study Program : Sharia Banking
Title : The Effect of *Sharia Relationship Marketing* and *Sharia Compliance* on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia (BSI) Bogor Area

To create a very strong relationship, every bank must be able to establish stronger relationships with its customers. This is important to keep business activities sustainable. The purpose of this study was to find out how the influence of Sharia Relationship Marketing and Sharia Compliance Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia (BSI) Bogor Area. The method used in this study is a quantitative method. The nature of this research is Associative/Relationship. The population in this study is the customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) Bogor Area and the sampling used is the Random Sampling. Meanwhile, the data collection technique used a questionnaire/questionnaire. Analysis of the data used to test how much influence the variable Sharia Relationship Marketing (X1) and variable Shariah Compliance (X2) with the variable Customer Loyalty (Y) and also to find out The correlation between the two is using Multiple Regression Analysis techniques and t-test (Partial Significance Test) and F-Test (Simultaneous Test. The results of this study indicate that Sharia Relationship Marketing and Shariah Compliance have a significant effect on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia Bogor Area. This shows better the Sharia Relationship Marketing and Sharia Compliance, the higher the Customer Loyalty.

Keywords: Customer Loyalty, Sharia Compliance, Sharia Relationship Marketing.

الخلاصة

الاسم: سيتي سحيماتيلة

برنامج دراسة: الصيرفة الشرعية

العنوان: تأثير التسويق بالعلاقات أحكام مع الشرعية والامتثال للشرعية نحو ولاء العملاء من بنك الشرعية منطقة بوجور) الإندونيسي

تعني خصائص المنافسة التجارية القوية أن كل بنك يجب أن يكون قادرًا على بناء علاقات أقوى مع عملائه. هذا مهم لأنه يجب الحفاظ على العلاقات الجيدة حتى تستمر الأنشطة التجارية في أن تكون مستدامة. كان *الشرعية والامتثال لأحكام الشرعية على مع التسويق بالعلاقات* الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مدى تأثير منطقة بوجور. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة ولاء العملاء في بنك الشرعية الإندونيسي الكمية ، والبحث الكمي هو البحث الذي يتم من خلال جمع البيانات في شكل أرقام. ثم تتم معالجة البيانات في شكل أرقام وتحليلها للحصول على المعلومات العلمية وراء هذه الأرقام. طبيعة هذا البحث ترابطية / علاقة. منطقة بوجور وكان أخذ العينات المستخدم كان السكان في هذه الدراسة من عملاء بنك الشرعية الإندونيسي وفي الوقت نفسه ، استخدمت تقنية جمع البيانات استبيان / *تقنية لأخذ العينات العشوائية* عبارة عن بسيطة Y مع المتغير $X2$ والمتغيرات $X1$ استبيان. تحليل البيانات المستخدمة لاختبار مدى التأثير بين المتغيرات (اختبار الأهمية t وأيضًا لتحديد الارتباط بين الاثنين هو استخدام تقنيات تحليل الانحدار المتعدد واختبار (المتزامن) اختبار نتائج هذه الدراسة تظهر أن الشرعية التسويق العلاقة والشرعية F الجزئية) واختبار الامتثال لها تأثير كبير على ولاء العملاء في بنك الشرعية اندونيسيا بوجور المساحة وهذا يدل على أن أفضل الامتثال، وارتفاع ولاء العملاء والشرعية *الشرعية التسويق العلاقة*

كلمات: الشرعية التسويق العلاقة، الامتثال لأحكام الشرعية، ولاء العملاء