

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM),
RELATIONSHIP BONDING (RB), KEPUASAN DAN TINGKAT
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK BRI
UNITSIMABURCABANG BATUSANGKAR

THESIS

Disusun dan Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Strata-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017

ABSTRAK

Yossi Ovacia, 2017, Pengaruh *Customer Relationship Management*, *Relationship Bonding*, Kepuasan Dan Tingkat Kepercayaan, Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRI Unit Simabur Cabang Batusangkar.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Relationship Bonding* terhadap Kepuasan Nasabah, Kepuasan Nasabah Terhadap tingkat kepercayaan. Kemudian Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BRI Unit Simabur Cabang Batusangkar. Ada pun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 215 responden. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Relationship Bonding* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan, kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena nilai t statistic $>$ t table (1.96) sedangkan *Customer Relationship Management* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah karena nilai t statistic $<$ t table (1.96).

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Relationship Bonding*, Kepuasan Tingkat Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah.

