

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS NASABAH**

Studi Pada Nasabah Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor  
Cabang Sendawar Kutai Barat)

Inggrid Stacia Gabriella

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pada nasabah Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor Cabang Sendawar, Kutai Barat. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan ada dua yaitu analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan. Juga ditemukan *relationship marketing* dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : *relationship marketing*, kepuasan, loyalitas

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHI MARKETING ON CLIENTS' SATISFACTION AND LOYALTY***

*(A study on the clients of East Kalimantan Regional Development Bank, Sendawar, West Kutai Branch Office)*

Ingrid Stacia Gabriella

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2017

*The aim of this study is to find out the influence of relationship marketing on clients' satisfaction and loyalty of clients of East Kalimantan Regional Development Bank, Sendawar, West Kutai Branch Office. The type of this study is survey research. The total respondents of this study was 100 people. The sampling technique used was purposive sampling. There were two data analysis technique employed in this study, that is simple regression to find out the influence of relationship marketing on satisfaction, and multiple regression to find out the influence of relationship marketing on loyalty and to find out the influence of satisfaction on clients' loyalty.*

*Keywords: relationship marketing, satisfaction, loyalty*