

## ***ABSTRACT***

### ***THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY AT PT.BANK WOORI SAUDARA SINGAPARNA SUBSIDIARY BRANCH OFFICE***

***By***

**Riska Sintia Dewi**

**NPM 223404098**

***Supervisor 1 : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si.***

***Supervisor 2 : Sakifah, S.E.I., M.E.***

*This study aims to determine the effect of relationship marketing on customer loyalty at Bank Woori Saudara Singaparna Branch. This study uses a quantitative method with a descriptive and verificative approach. Data was obtained by distributing questionnaires to 89 respondents who were active customers of Bank Woori Saudara Singaparna. Data analysis was performed using IBM SPSS software version 27 through several stages of testing, namely validity, reliability, normality, heteroscedasticity, and simple linear regression analysis. Based on the t-test results, a t-value of 8.497 was obtained, which is greater than the t-table value of 1.988 with a significance level of  $0.001 < 0.05$ . Therefore, it can be concluded that relationship marketing has a significant effect on customer loyalty. In addition, the coefficient of determination test results show that relationship marketing contributes 44.7% to customer loyalty, while the remaining 55.3% is influenced by other variables outside this study. These findings confirm that increasing trust, commitment, and effective communication can strengthen customer loyalty to Bank Woori Saudara.*

***Keywords :*** Relationship Marketing, Customer Loyalty, Bank Woori Saudara Singaparna Branch.

## ABSTRAK

### **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT.BANK WOORI SAUDARA KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA**

Oleh

**Riska Sintia Dewi**

**NPM 223404098**

**Pembimbing 1 : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si.**

**Pembimbing 2 : Sakifah, S.E.I., M.E.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Woori Saudara Cabang Singaparna. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 89 responden yang merupakan nasabah aktif Bank Woori Saudara Singaparna. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 27 melalui beberapa tahap pengujian, yaitu uji validitas, reliabilitas, normalitas, heterokedastisitas, serta analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji  $t$  diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 8,497 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,988 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *relationship marketing* berkontribusi sebesar 44,7% terhadap loyalitas nasabah, sedangkan sisanya sebesar 55,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepercayaan, komitmen, dan komunikasi yang efektif dapat memperkuat loyalitas nasabah terhadap Bank Woori Saudara.

**Kata kunci:** *Relationship Marketing*, Loyalitas Nasabah, Bank Woori Saudara.