

ABSTRACT

***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
ON THE LOYALTY OF COMMERCIAL CREDIT CUSTOMERS AT PT
BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN TBK.
(A Case Study of Active Commercial Credit Customers at PT Bank
Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk., Ciamis Branch Office)***

By:

Angelina Oktavia Rahmadian

NPM 233404033

Guide I : Hj. Noneng Masitoh Ir., M.M

Guide II : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.

This study aims to determine and analyze the effect of Customer Relationship Management (CRM) on the loyalty of commercial credit customers at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk., Ciamis Branch Office. The method used is quantitative with data collection techniques through questionnaires and interviews, and a saturated sampling (census) technique with a total sample of 76 respondents. The data were analyzed using simple linear regression. The results show that Customer Relationship Management (CRM) has a positive and significant effect on customer loyalty, with a regression coefficient of 0.405 and a significance level of $p < 0.001$. The R Square value of 0.838 indicates that 83.8% of the variation in customer loyalty can be explained by CRM, with a very strong correlation level of 0.916. The findings show that the implementation of CRM is categorized as Fairly Good and has a major contribution to customer loyalty, although there are still obstacles in the service aspect. It is recommended that the bank improve its ability to respond to customer complaints quickly and appropriately, as well as strengthen customers' commitment to continuously using the bank's services. Future research is expected to include other variables such as customer satisfaction, service quality, and trust in order to obtain more comprehensive research results.

Keywords : Customer Relationship Management (CRM), Customer Loyalty

ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP LOYALITAS NASABAH KREDIT KOMERSIAL PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk.
(Studi Kasus pada Nasabah Kredit Komersial Aktif PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Ciamis)

Oleh:

Angelina Oktavia Rahmadian

NPM 233404033

Pembimbing I : Hj. Noneng Masitoh Ir., M.M

Pembimbing II : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas nasabah kredit komersial pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Ciamis. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara serta teknik sampling jenuh (sensus) dengan jumlah sampel sebanyak 76 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,405 dan signifikansi $p < 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,838 menunjukkan bahwa 83,8% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh CRM, dengan tingkat korelasi yang sangat kuat sebesar 0,916. Temuan ini memperlihatkan bahwa penerapan CRM termasuk dalam kategori Cukup baik dan berkontribusi besar terhadap loyalitas nasabah, meskipun masih terdapat kendala pada aspek pelayanan. Disarankan kepada pihak bank untuk meningkatkan kemampuan dalam merespons keluhan nasabah secara cepat dan tepat serta memperkuat komitmen nasabah dalam menggunakan layanan bank secara berkelanjutan, dan penelitian lanjutan diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Loyalitas Nasabah