

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “ **Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Nasabah BTPN Syariah Bukittinggi**”, Penelitian ini disusun oleh **Fadhila Sari 3317.177**. Program Studi Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Nasabah BTPN Syariah Bukittinggi. Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk membangun dan mengembangkan ilmu manajemen terutama dalam bidang ilmu pemasaran yang berkaitan dengan manajemen hubungan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non random sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama. Teknik *non random* yang digunakan adalah *purposive sample* dimana pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BTPN Syariah yang berada di koto tengah khususnya di tiga jorong. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Penguji statistik dengan analasi uji asumsi (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji f dan uji R^2).

Berdasarkan analisa dan data hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan program komputer SPSS 22.0 menunjukkan bahwa secara parsial dapat diketahui bahwa Variabel X1 *Customer Relationship Management* dimensi SDM terhadap kepuasan nasabah bahwa thitung sebesar 1,730 > dari ttabel 1,693 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,041 < 0,05. Variabel X2 *Customer Relationship Management* dimensi Proses terhadap kepuasan nasabah bahwa thitung sebesar 2,154 > dari ttabel 1,693 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,039 < 0,05. Variabel X3 *Customer Relationship Management* dimensi Terhadap terhadap kepuasan nasabah bahwa thitung sebesar 1,031 < dari ttabel 1,693 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,311 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh CRM terhadap Kepuasan nasabah dimensi SDM dan Proses, sedangkan pada dimensi Teknologi tidak terdapat pengaruh yang positif. Berdasarkan uji Simultan pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Nasabah adalah bahwa Fhitung sebesar 5,733 sementara Ftabel sebesar 2,90 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,003 < 0,005 atau 5%. Hal ini artinya adanya pengaruh Positif antara *Customer Relationship Management* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BTPN Syariah Bukittinggi. Dengan nilai koefisien determinasi yang diperoleh 0,358 hal ini berarti 35,8 % variasi variabel kepuasan nasabah (Y) ditentukan oleh variabel independent yaitu *Customer Relationship Management*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*. Kepuasan Nasabah