

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Simpang Empat**

**Oleh: Marsalena**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh Kualitas Pelayanan, dan (2) *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Simpang Empat. Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Simpang Empat. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan *Purposive Sampling* dan jumlah sampel ditetapkan berdasarkan rumus Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.00. Hipotesis diuji dengan uji F dan uji T pada  $\alpha = 0,05$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Simpang Empat, dan (2) *Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Simpang Empat.