

**Pengaruh Penerapan Strategi *Customer Relationship Marketing* Pada Kepuasan Nasabah
PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Pembantu Pasar Bawah
Bukittinggi**

Skripsi S1 oleh Angga Eka Putra, Pembimbing: Alfitman SE, M.Sc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* pada kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Pembantu Pasar Bawah Bukittinggi dengan cara studi lapangan dengan menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, walaupun tidak semua variabel berpengaruh secara signifikan. Dari enam variabel independen yang digunakan, didapatkan hasil hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan, yaitu *Customization Programs*, *Reward Programs* dan *Differentiation*