

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *CUSTOMER*  
*SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH di BSM KC KRIAN**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**Muhammad Zainal Abidin**  
NIM : 20171700231032

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT PESANTREN KH. ADBUL CHALIM  
MOJOKERTO**

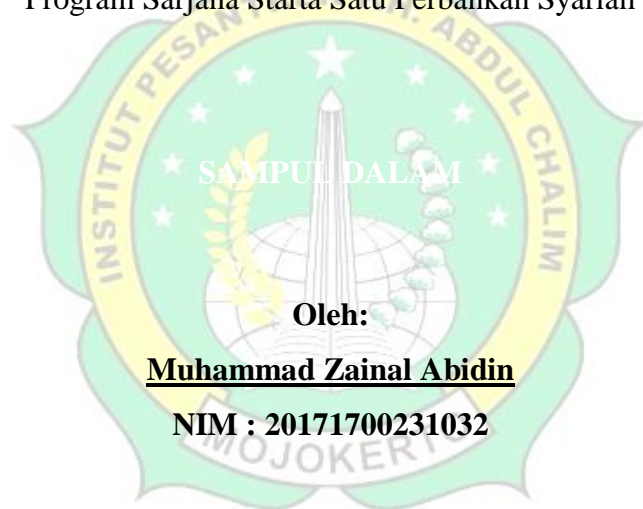
**2022**

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *CUSTOMER*  
*SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH di BSM KC KRIAN**

Skripsi

Diajukan kepada:

Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Starta Satu Perbankan Syariah



**PROGRAM STUDI PERANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM  
MOJOKERTO**

**2022**

## ABSTRAK

**Zainal Abidin, Muhammad, 2022. “Pengaruh Marketing Mix Dan *Customer Shariah Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah di BSM KC Krian”. Skripsi Program studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah. Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto. Pembimbing I : Ahmad Mukhlisudin, S.E., M.E. Pembimbing II : Ceta Indra Lesmana, S.E., M.M.**

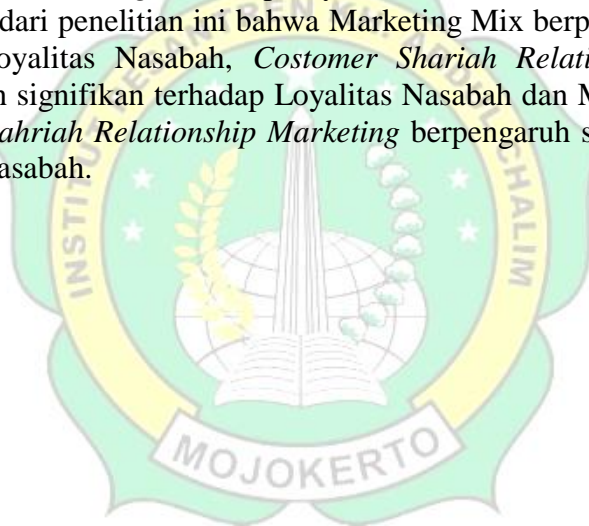
---

---

Kata Kunci : Marketing Mix, *Customer Shariah Relationship Marketing*, Loyalitas Nasabah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Marketing Mix Terhadap loyalitas nasabah, *Customer Shariah Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah dan Marketing Mix dan *Customer Sahriah Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah.

Hasil dari penelitian ini bahwa Marketing Mix berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, *Costomer Shariah Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dan Marketing Mix dan *Customer Sahriah Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.



## ABSTRACT

**Zainal Abidin, Muhammad, 2022. “Effect of Marketing Mix and Customer Shariah Relationship Marketing on Customer Loyalty at BSM KC Krian”. Thesis of Sharia Banking Study Program, Faculty of Sharia. KH. Abdul Chalim Mojokerto. Supervisor I : Ahmad Mukhlisudin, S.E., M.E. Advisor II : Ceta Indra Lesmana, S.E., M.M.**

---

---

*Keywords: Marketing Mix, Customer Shariah Relationship Marketing, Customer Loyalty*

*This study aims to determine the effect of Marketing Mix on customer loyalty, Customer Shariah Relationship Marketing on Customer Loyalty and Marketing Mix and Customer Shariah Relationship Marketing on Customer Loyalty.*

*The result of this research is that Marketing Mix has a significant effect on Customer Loyalty, Customer Shariah Relationship Marketing has a significant effect on Customer Loyalty and Marketing Mix and Customer Shariah Relationship Marketing has a significant effect on Customer Loyalty.*



## نبذة مختصرة

زين العابدين ، محمد ، 2022. تأثير المزيج التسويقي وتسويق علاقات الشريعة مع العملاء على ولاء العملاء في BSM KC Krian ”. برنامج دراسة المصرفية الشرعية بكلية الشريعة. KH. عبد الكليم موجوكيرتو. المشرف الأول: أحمد مخلص الدين ، ش. المستشار الثاني: سيتا إندرا ليسمانا ،

---

---

كلمات المفتاحية: المزيج التسويقي ، التسويق عبر علاقات الشريعة مع العملاء ، ولاء العملاء

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير المزيج التسويقي على ولاء العملاء ، وتسويق علاقات العملاء

المتوافق مع الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء ومزيج التسويق وتسويق علاقات العملاء بصحيفة

العملاء على ولاء العملاء.

نتيجة هذا البحث هو أن المزيج التسويقي له تأثير كبير على ولاء العملاء ، وله تأثير كبير على

ولاء العملاء ومزيج التسويق وتسويق العلاقات الصراوية للعملاء ، وله تأثير كبير على ولاء العملاء.

