

**Pengaruh Implementasi Dimensi Relationship Marketing Dalam
Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pinjaman KUR Mikro BRI
Cabang Unit Jekulo Kudus**

DWI SETIYOWATI

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202644@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi dari dimensi relationship marketing yang terdiri dari social benefit (X1), kepercayaan (X2), komunikasi (X3) dan penanganan keluhan (X4) terhadap loyalitas nasabah KUR Mikro BRI Cabang Unit Jekulo Kudus. KUR Mikro BRI adalah kredit modal kerja dan atau investasi dengan plafond sampai dengan Rp 25 juta per debitur Data penelitian ini diperoleh dari kuisoner dan wawancara langsung dengan kepala unit BRI Cabang Unit Jekulo Kudus. Ukuran sampel yang digunakan ialah 100 responden dengan purposive sampling dan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel relationship marketing dengan dimensinya (social benefit, kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KUR Mikro BRI Cabang Unit Jekulo Kudus dengan signifikansi dibawah 0,05. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,607 yang berarti dimensi relationship marketing berpengaruh sebesar 60,7% terhadap loyalitas nasabah sedangkan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : KUR Mikro BRI, relationship marketing, social benefit, kepercayaan komunikasi, penanganan keluhan, loyalitas nasabah

**The Influence of Implementation of Relationship Marketing
Dimensions in Improving Customer Loyalty of KUR Mikro Lending in
BRI Unit Jekulo Kudus**

DWI SETIYOWATI

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202644@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of relationship marketing dimensions effect which consists of social benefit (X1), trust (X2), communication (X3), and complaint handling (X4) on customer loyalty of KUR Mikro BRI Unit Jekulo Kudus. KUR Mikro BRI is working capital loan or investment with a limit of up to Rp 25 million per debtor. The data are obtained from questionnaires and interviews with management from Branch of BRI Unit Jekulo Kudus. The sample measure taken is 100 respondents with purposive sampling and using multiple linear regression analysis. The result of this study shows that the relationship marketing variables with dimensions (social benefit, trust, communication, and complaint handling) have a positive and significant influence on customer loyalty of KUR Mikro BRI Unit Jekulo Kudus with significance level below 0,05. The Adjusted R Square values obtained 0,607, which means relationship marketing dimensions influence 60,7% on customer loyalty while the remaining 39,3% is influenced by other variables outside of the study.

Keyword : KUR Mikro BRI, relationship marketing, social benefit, trust, communication, complaint handling, customer loyalty