

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh customer relationship marketing, keunggulan produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya kepada peningkatan loyalitas nasabah. Penggunaan variabel-variabel tersebut dengan alasan hasil penelitian terdahulu, yaitu: Tax, Brown dan Chandrasekaran (1998), Mital, Ross dan Baldasare (1998), dan Parasuraman et al., (1988) yang menemukan pengaruh langsung customer relationship marketing, keunggulan produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

Sampel penelitian ini adalah nasabah PT. Axa Mandiri Semarang, sejumlah 100 orang. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data.

Hasil analisis menunjukkan bahwa customer relationship marketing, keunggulan produk, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Implikasi teoritis dan saran-saran bagi penelitian mendatang juga diuraikan pada bagian akhir dalam penelitian ini

Kata Kunci: Customer Relationship Marketing, Keunggulan Produk, kualitas layanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

