

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of relationship marketing and service quality to customer satisfaction of Permata Bank. The object of this research is payroll customer PT. Bank Permata in Jakarta. This research was conducted on 98 respondents by using Slovin sample formula. The sampling technique used is purposive sampling. This research uses quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis which is used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test.*

*The results of this study indicate that after performing multiple linear regression test that relationship marketing and service quality variables significantly influence customer satisfaction at PT. Bank Permata in Jakarta. This is evidenced from the results of partial test (t test) and simultaneous test results (test f) also shows significant value of 2 independent variables that support the hypothesis.*

*Keywords: Relationship Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Permata. Objek penelitian ini adalah nasabah *payroll* PT. Bank Permata di Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 98 responden dengan menggunakan rumus sampel Slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Maka dari itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah melakukan uji regresi linier berganda bahwa variabel *relationship marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Permata di Jakarta. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) dan hasil uji simultan (uji f) juga menunjukkan nilai signifikan dari 2 variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Kata kunci : *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA