

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Astuti, A. R. T. (2019). *Ekonomi Berkeadilan (Biografi dan Pemikiran Muhammad Baqir al-Sadr)*. An Ras Try Astuti.
- Astuti, A. R. T. (2019). *BISNIS HALAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA ISLAM: KAJIAN TEORITIS*. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 1(2), 142-156.
- Astuti, A. R. T., & Faisal, A. (2017). *KONSEP HAK MILIK DALAM EKONOMI ISLAM*. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 189-207.
- Astuti, An Ras Try, et al. "Tantangan Parenting dalam Mewujudkan Moderasi Islam Anak." *AL-MAIYYAH: Media Transformasi Gender dalam Paradigma Sosial Keagamaan* 11.2 (2018): 301-320.
- Astuti, A. R. T., Herman, H., Hadawiah, R., & Ardiyanti, N. (2018). *Tantangan Parenting dalam Mewujudkan Moderasi Islam Anak*. *AL-MAIYYAH: Media Transformasi Gender dalam Paradigma Sosial Keagamaan*, 11(2), 301-320.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bramantoro, Taufan. Abdi Marang Gusti Alhaq dan Nur Azmi Prasetyo. 2020. *Jurus Praktis Statistik Dasar dan Penggunaan R Commander*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Dede Wahyudin, M. S. I. *LELANG (MUZAYADAH) DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM*.
- Ediwan, Yohanes. 2019. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) Kota Bandung*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
- Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Hidayanti, Tri Ita Handayani dan Ines Heidiani Ikasari. 2019. *Statistika Dasar Panduan Bagi Dosen dan Mahasiswa*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.

- Imasari, Kartika dan Kezia Kurniawati Nursalin. 2011. *Pengaruh Customer Relationship Management Loyalitas Pelanggan PT BCA Tbk*. Fokus Ekonomi, Vol.10 No.3.
- Keller, Kotler. 2004. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13, Jakarta: PT Glora Aksara Pratama.
- Kustini, Henny. 2017. *Communication Skill*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyati, Hesti. 2016. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Smartfren Andromax (Studi Kasus Pada Galeri Smartfren Timoho Yoyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2018. *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Octaviani, Winda Dkk. 2018. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Aur Kuning Kota Bukittinggi*. EcoGen, Vol.1 No.1.
- Payadnya, I Putu Ade Andre dan I Made Dharma Atmaja. 2020. *Implementasi Strategi Pembelajaran "What-If"*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prabawanti, Benedicta Evienia Dkk. 2019. *Manajemen Bisnis Sebagai Ilmu dan Seni*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung. 2018. *Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen Volume 2*. Malang: Seribu Bintang.
- Putri, Isna Kiswanti. 2018. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS Sri Sejahtera Jawa Timur*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rossanty, Yossie. 2018. *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

- Sada Wardiyanti, Bangkit Tyas Dkk. 2019. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Tiga Serangkai Surakarta*. Jurnal JOBS, Vol.5 No.1.
- Sari, Nelli Purnama Dkk. 2018. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank BNI*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol.4 No.1.
- Sarwono, Jonathan. 2010. *Pintar Menulis Karya Ilmiah - Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setyaleksana, Bony Yosua Dkk. 2017. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.46 No.1.
- Siregar, Ameilia Zuliyanti dan Nurliana Harahap. 2019. *Strategi dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sriyanti, Ika. 2019. *Evaluasi Pembelajaran Matematika*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wahyoedi, Soegeng dan Saporso. 2019. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahyudin, D. (2015). PENGEMBANGAN WAKAF KE ARAH EKONOMI SYARIAH. Jurnal An-Nawa, 17(3).



Lampiran

PAREPARE

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Saudara/i Responden

ditempat

Dengan hormat,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan studi program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare mengenai **“Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Pinrang”** maka Saya mohon kesediaan dari Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi/menjawab kuesioner ini dengan sejujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, diucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Nurhaeda

Keterangan : berilah tanda ✓ (checklist) pada kotak yang sesuai dengan identitas anda!

***No. Responden:**

I. Identitas Responden:

1. Nama:

2. Jenis Kelamin

() Laki-laki () Perempuan

3. Umur

() Di bawah 20 tahun () 41 – 50 tahun

() 21 – 30 tahun () Di atas 50 tahun

() 31 – 40 tahun

II. Petunjuk Pengisian:

1) Pilihlah jawaban paling tepat menurut Anda.

2) Berikan tanda ✓ (checklist) pada kolom pilihan Anda.

(SS) = Sangat Setuju

(S) = Setuju

(N) = Netral

(TS) = Tidak Setuju

(STS) = Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERNYATAAN

Customer Relationship Management

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Informasi tentang bank BRI Cabang Pinrang dapat dengan mudah diperoleh melalui media elektronik dan internet.					
2.	Bank BRI Cabang Pinrang mengumpulkan informasi dan menyimpan informasi di dalam database nasabah.					
3.	Karyawan bank BRI Cabang Pinrang bersikap profesional dalam memberikan pelayanan.					
4.	Karyawan bank BRI Cabang Pinrang memberikan pelayanan dengan tulus.					
5.	Karyawan bank BRI Cabang Pinrang menjaga hubungan baik dengan nasabah.					
6.	Tranksaksi dengan bank BRI Cabang Pinrang sangat mudah.					
7.	Bank BRI Cabang Pinrang menyediakan berbagai pelayanan bagi nasabah.					
8.	Karyawan bank BRI Cabang Pinrang cepat dan tanggap dalam menangani keluhan nasabah.					
9.	Bank BRI Cabang Pinrang memelihara hubungan berkelanjutan dengan nasabah.					

Loyalitas Nasabah

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Sebagai nasabah yang setia saya tetap menggunakan bank BRI Cabang Pinrang dalam bertransaksi.					
2.	Saya senang bertransaksi di bank BRI Cabang Pinrang karena memenuhi kebutuhan dan kepentingan saya.					
3.	Kepuasan atas pelayanan bank BRI Cabang Pinrang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.					
4.	Bank BRI Cabang Pinrang memiliki banyak keunggulan sehingga saya tidak akan berpindah ke bank lain.					
5.	Saya telah dan tetap menabung pada bank BRI Cabang Pinrang sejak beberapa tahun yang lalu					
6.	Saya menganggap bank BRI Cabang Pinrang adalah pilihan utama diantara bank lain.					
7.	Saya menolak tawaran dari bank lain.					
8.	Saya mengajak keluarga untuk bertransaksi di bank BRI Cabang Pinrang.					
9.	Saya tidak tertarik untuk pindah ke bank lain walaupun bank lain menawarkan beragam promosi.					

Kisi-Kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	<i>Customer Relationship Management</i>	1. <i>People</i> (Manusia) 2. <i>Process</i> (Proses) 3. <i>Technology</i> (Teknologi)	3,4,5, dan 8 7 dan 9 1,2, dan 6
2.	Loyalitas Nasabah	1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (<i>repeat buyer</i>) 2. Melakukan pembelian antar lini produk dan jasa (<i>purchase across product and service lines</i>) 3. Merekomendasikan kepada orang lain (<i>refers other</i>) 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (<i>demonstrates an immunity to the pull of the competition</i>)	1 dan 5 3 dan 4 2,7, dan 8 6 dan 9

HASIL OUTPUT SPSS
Hasil Karakteristik Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	49	49,0	49,0	49,0
	Perempuan	51	51,0	51,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Di bawah 20 tahun	6	6,0	6,0	6,0
	21-30 tahun	62	62,0	62,0	68,0
	31-40 tahun	7	7,0	7,0	75,0
	41-50 tahun	15	15,0	15,0	90,0
	Di atas 50 tahun	10	10,0	10,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Hasil Statistic Deskriptif

Statistics

CRM

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		37,05
Std. Error of Mean		,246
Median		37,00
Std. Deviation		2,459
Variance		6,048
Kurtosis		,777
Std. Error of Kurtosis		,478
Range		14
Minimum		31
Maximum		45

Sum	3705
-----	------

Statistics

Loyalitas

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		35,66
Std. Error of Mean		,136
Median		36,00
Std. Deviation		1,365
Variance		1,863
Kurtosis		,512
Std. Error of Kurtosis		,478
Range		6
Minimum		34
Maximum		40
Sum		3566

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Total_
		X									X
X1	Pearson Correlation	1	,225*	,444**	,150	,127	,305**	-,171	,109	-,139	,447**
	Sig. (2-tailed)		,024	,000	,137	,208	,002	,089	,280	,169	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,225*	1	,064	,109	,138	,212*	,174	,225*	,036	,577**
	Sig. (2-tailed)	,024		,527	,281	,171	,034	,083	,024	,719	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,444**	,064	1	-,023	,115	,410**	-,153	,204*	-,154	,419**
	Sig. (2-tailed)	,000	,527		,818	,254	,000	,128	,042	,127	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,150	,109	-,023	1	-,016	-,010	,025	,016	,079	,227*

	Sig. (2-tailed)	,137	,281	,818		,875	,925	,805	,872	,435	,023
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,127	,138	,115	-,016	1	,279**	,029	,200*	,135	,444**
	Sig. (2-tailed)	,208	,171	,254	,875		,005	,772	,046	,181	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	,305**	,212*	,410**	-,010	,279**	1	-,023	,176	,057	,529**
	Sig. (2-tailed)	,002	,034	,000	,925	,005		,824	,079	,571	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	-,171	,174	-,153	,025	,029	-,023	1	-,122	,244*	,360**
	Sig. (2-tailed)	,089	,083	,128	,805	,772	,824		,228	,015	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	,109	,225*	,204*	,016	,200*	,176	-,122	1	,189	,483**
	Sig. (2-tailed)	,280	,024	,042	,872	,046	,079	,228		,059	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	-,139	,036	-,154	,079	,135	,057	,244*	,189	1	,468**
	Sig. (2-tailed)	,169	,719	,127	,435	,181	,571	,015	,059		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,447**	,577**	,419**	,227*	,444**	,529**	,360**	,483**	,468**	1
_X	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,023	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total_ Y
Y1	Pearson Correlation	1	,190	,236*	,154	,147	,490**	,045	,193	-,025	,525**
	Sig. (2-tailed)		,058	,018	,126	,145	,000	,654	,054	,803	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,190	1	,255*	,145	,240*	-,016	,139	,252*	,005	,369**
	Sig. (2-tailed)	,058		,011	,151	,016	,873	,167	,012	,959	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,236*	,255*	1	,528**	,377**	,474**	,265**	,307**	,181	,723**
	Sig. (2-tailed)	,018	,011		,000	,000	,000	,008	,002	,071	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,154	,145	,528**	1	,188	,535**	,395**	,266**	,192	,664**
	Sig. (2-tailed)	,126	,151	,000		,061	,000	,000	,007	,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,147	,240*	,377**	,188	1	,112	,113	,357**	,283**	,503**
	Sig. (2-tailed)	,145	,016	,000	,061		,269	,265	,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,490**	-,016	,474**	,535**	,112	1	,335**	,288**	,170	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,873	,000	,000	,269		,001	,004	,092	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,045	,139	,265**	,395**	,113	,335**	1	,330**	,259**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,654	,167	,008	,000	,265	,001		,001	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,193	,252*	,307**	,266**	,357**	,288**	,330**	1	,245*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,054	,012	,002	,007	,000	,004	,001		,014	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	-,025	,005	,181	,192	,283**	,170	,259**	,245*	1	,416**
	Sig. (2-tailed)	,803	,959	,071	,056	,004	,092	,009	,014		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,525**	,369**	,723**	,664**	,503**	,728**	,542**	,622**	,416**	1
_Y	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	9

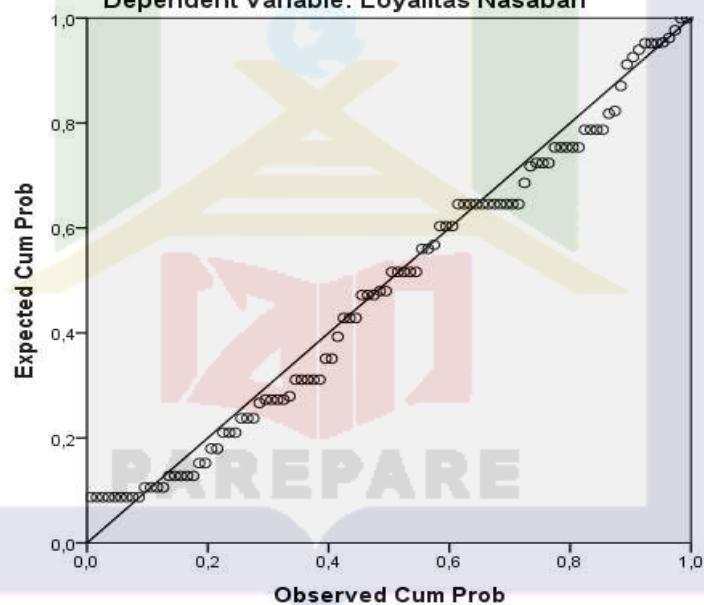
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,457	9

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



Hasil Uji One Sample T-Test

One-Sample Test

Test Value = 75						
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
CRM	-154,314	99	,000	-37,95000	-38,4380	-37,4620

One-Sample Test

Test Value = 75						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Loyalitas Nasabah	-288,220	99	,000	-39,34000	-39,6108	-39,0692

Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		CRM	Loyalitas
CRM	Pearson Correlation	1	,264**
	Sig. (2-tailed)		,008
	N	100	100
Loyalitas	Pearson Correlation	,264**	1
	Sig. (2-tailed)	,008	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,264 ^a	,070	,060	1,323

a. Predictors: (Constant), CRM

Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,233	2,008		15,057	,000
	CRM	,146	,054	,264	2,709	,008

a. Dependent Variable: Loyalitas

Deskripsi Jawaban Responden

Responden	Customer Relationship Management									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	38
6	5	4	5	4	5	4	3	5	4	39
7	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
8	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
9	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
10	4	4	5	5	4	5	4	3	3	37
11	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
12	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41
13	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
14	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41
15	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37

16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
19	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
22	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
23	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
24	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
27	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
28	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
29	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
30	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
35	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
36	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
38	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
39	5	4	5	4	4	5	4	4	3	38
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
42	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
43	4	3	4	4	4	5	5	4	4	37
44	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
45	5	4	4	3	4	3	4	4	3	34
46	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
47	4	4	4	3	4	3	4	3	5	34
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
51	5	4	4	4	4	5	4	3	4	37

52	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
53	4	4	5	4	4	4	4	3	5	37
54	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
55	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
56	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
57	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
58	5	4	3	3	4	3	3	3	3	31
59	4	4	3	3	3	3	4	3	4	31
60	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
61	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
62	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36
63	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	5	4	4	4	4	4	4	3	3	35
70	5	4	4	4	4	4	4	3	3	35
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
72	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
75	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
76	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
77	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	5	4	4	4	4	5	4	3	4	37
84	5	3	3	4	3	4	4	3	4	33
85	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
86	4	4	4	3	5	4	4	4	3	35
87	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40

88	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
89	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
90	4	5	4	4	4	4	4	3	4	36
91	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
92	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
93	4	3	5	4	5	5	4	3	5	38
94	4	4	3	3	4	3	3	3	4	31
95	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
97	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
98	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
99	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40
100	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
Total										3705
Mean										37,05

Responden	Loyalitas Nasabah									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	38
6	5	4	5	4	4	5	3	4	4	38
7	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
8	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
10	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
11	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
12	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
13	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
14	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
16	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
17	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
19	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34

20	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
21	4	4	5	4	4	4	3	4	3	35
22	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
23	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
24	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
28	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
29	5	5	4	5	4	4	3	4	3	37
30	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
31	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	4	5	4	4	4	3	4	3	35
38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
39	5	5	5	4	4	4	4	4	3	38
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
42	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
43	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
44	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
45	5	5	5	4	4	4	3	4	3	37
46	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
47	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	5	4	4	4	5	4	3	4	3	36
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
53	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35

57	4	4	5	4	4	4	4	4	3	36
58	4	4	5	4	4	4	4	4	3	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
63	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
63	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
65	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
66	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
70	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
77	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
84	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
85	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
86	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
87	4	5	4	4	4	5	5	4	3	38
88	4	4	4	4	5	4	4	4	3	36
89	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
90	4	5	5	4	5	5	4	5	3	40
91	5	4	5	4	4	4	4	4	3	37
92	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
93	5	5	5	4	5	5	4	4	3	40

94	5	4	5	4	4	4	4	4	3	37
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
96	4	4	5	4	4	4	4	4	3	36
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
98	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
99	4	4	5	4	4	4	4	4	3	36
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Total										3566
Mean										35,66



DOKUMENTASI
LOKASI PENELITIAN DAN
PENGAMBILAN DATA







RIWAYAT HIDUP

Nurhaeda lahir pada tanggal 03 Mei 1998, di Pinrang. Anak Tunggal dari Alibaba (Ayah) dan Husniah (Ibu). Pernah bersekolah di TK IDHATA Pinrang selama 2 tahun, kemudian melanjutkan sekolah di SD Negeri 27 Pinrang dan lulus tahun 2000. SMP Negeri 2 Pinrang dan lulus tahun 2013. Dan kemudian melanjutkan sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Pinrang dan lulus tahun 2016.

Kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2016, melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah dan menyusun skripsi dengan judul *“Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Pinrang”*.

Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank BRI Cabang Parepare, dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Tua, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan.