

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Persaingan pada era globalisasi yang terus menerus meningkat memberi dampak kepada perusahaan untuk semakin berupaya menjadi perusahaan yang paling unggul dibandingkan perusahaan lainnya. Perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam pengelolaan bisnisnya. Sebagaimana dalam dunia perbankan, bahwa dalam menjalankan bisnis perbankan harus selalu berinovasi dan kreatif dalam mengelolanya, sebab perbankan berinteraksi kepada manusia yang disebut dengan nasabah. Kebutuhan dan keinginan nasabah harus disikapi dan dipenuhi dengan sebaik mungkin agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.<sup>1</sup> Salah satu unsur yang dapat menjamin keberlangsungan usaha perbankan adalah nasabah, maka dari itu setiap perbankan dituntut untuk lebih kreatif dalam melakukan berbagai perubahan dan inovasi yang lebih terarah dalam pelanggan atau nasabah. Pelanggan yang merasa puas dapat terlihat dari pemberian keinginan serta kebutuhan dari jasa yang diberikan sesuai dengan harapan para pelanggan. Pemberian jasa berkualitas akan menjadi kekuatan dalam menciptakan loyalitas nasabah.<sup>2</sup>

Manajemen memiliki kaitan yang sangat erat dalam dunia perbankan. Manajemen memiliki arti yakni kegiatan dalam mengelola

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*, 1 Cetakan. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 10.

<sup>2</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 16.

untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan terlebih dahulu.<sup>3</sup> Manajemen menurut beberapa ahli mengatakan bahwa manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan kelompok orang ke arah tujuan organisasional atau maksud yang nyata.<sup>4</sup> Manajemen juga bisa diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan.<sup>5</sup> Berdasarkan penjelasan terkait definisi manajemen tersebut bahwasannya manajemen memiliki peran yang fundamental kepada proses operasional perbankan. Manajemen yang baik maka akan mempengaruhi kinerja keseluruhan perbankan. Pengelolaan yang baik akan bersinergi dengan elemen-elemen yang ada dalam perbankan itu sendiri seperti pengelolaan manajerial, pengelolaan karyawan, pengelolaan nasabah, dan lain sebagainya.

Pengelolaan kepada nasabah dengan menjalin hubungan yang baik merupakan tolak ukur kinerja perbankan. Nasabah adalah hal paling utama dalam perbankan, kemudian merancang strategi agar perusahaan bisa mendapatkan, mempertahankan dan membina hubungan dengan nasabah, tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan terhadap pelayanan dan pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah.

Tolak ukur keberhasilan sebuah perbankan, salah satunya bergantung pada ketertarikan nasabah pada produk-produk bank. Semakin

---

<sup>3</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 15.

<sup>4</sup> Ibid., 17.

<sup>5</sup> Ibid., 18.

banyak nasabah tertarik maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Sedangkan apabila nasabah merasa kurang terpuaskan dari pelayanan tersebut maka berdampak kepada bank seperti nasabah akan berkurang dan bisa berpindah ke perusahaan lain. Hal itulah yang akan menjadi tantangan untuk mencapai tujuan serta citra perusahaan.

Salah satu kunci utama agar perusahaan perbankan dapat bersaing dalam memberikan pelayanan yang memuaskan yakni dengan memfokuskan strategi pelayanan lebih maksimal agar tujuan dan sasaran dapat tercapai. Oleh sebab itu, langkah dalam mencapai tujuan tersebut yakni dengan menerapkan pengelolaan hubungan nasabah. Perbankan harus menyadari bahwa peningkatan penjualan bukan merupakan orientasi utama pada saat ini, melainkan fokus kepada pengelolaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga menciptakan kepuasan sekaligus loyalitas nasabah.

*Customer Relationship Management* merupakan strategi dalam mengelola hubungan nasabah. Pengelolaan nasabah dilakukan dengan melakukan langkah-langkah untuk mengenal dan melayani nasabah bertujuan untuk menarik dan mempertahankan nasabah.<sup>6</sup> Pengelolaan hubungan nasabah juga memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan. Dengan kata lain bahwa, pelayanan yang berkualitas merupakan strategi dalam mengelola hubungan nasabah yang akan memengaruhi loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dapat dilakukan dengan

---

<sup>6</sup> Ibid., 235.

penerapan konsep *Customer Relationship Management* dengan maksud agar pelayanan yang diberikan dapat terkonsep, terprogram dengan baik pula. Sehingga Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* atau manajemen hubungan nasabah dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dipandang efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

BPRS adalah singkatan dari "Bank Pembiayaan Rakyat Syariah", yaitu lembaga keuangan mikro syariah yang memberikan layanan perbankan kepada masyarakat yang membutuhkan pembiayaan dengan prinsip syariah. BPRS ini didirikan berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. BPRS diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan harus memenuhi persyaratan dan standar yang ditetapkan untuk menjaga keamanan dan stabilitas sistem keuangan nasional serta kepentingan nasabah. BPRS merupakan lembaga keuangan yang menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan untuk masyarakat yang memerlukan akses keuangan yang mudah dan murah. BPRS menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pembiayaan tanpa riba dan investasi yang halal. BPRS memiliki peran penting dalam membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan atau daerah terpencil yang sulit untuk dijangkau.

BPRS Rahma Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan berbasis syariah yang berada di Kabupaten Kediri. Berlokasi di Jalan Dr.

Wahidin Gurah<sup>7</sup> yang menjadi kantor pusat dan memiliki dua kantor cabang lainnya. Eksistensi lembaga keuangan syariah terus meningkat, hal ini memicu BPRS Rahma Syariah lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

BPRS Rahma Syariah Gurah Kediri merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang profit dan pelayanan jasa, dimana nasabah memiliki kebutuhan jangka panjang dengan kondisi tersebut, sehingga BPRS Rahma Syariah Gurah Kediri menyadari pentingnya program *Customer Relationship Management (CRM)*. Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* perlu adanya inovasi serta peningkatan kualitas dan fasilitas, agar program tersebut dapat berjalan baik dan bertahan lama sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang harmonis antara bank dengan nasabah yang akan mengarahkan kepada kesetiaan dan loyalitas nasabah.

Pengelolaan hubungan nasabah yang dilakukan BPRS Rahma Syariah bertujuan untuk menjaga hubungan dengan nasabah, agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan, produk serta jasa yang diberikan sehingga nasabah dapat tetap bertahan dan loyal kepada bank. BPRS Rahma Syariah berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan yang terbaik sebagai usaha dalam mempertahankan nasabahnya.

Berikut ini penjabaran dari data perbedaan BPRS Rahma Syariah dengan BPRS Artha Pamenang Cabang Gurah. Melihat dari hasil

---

<sup>7</sup> OJK Kediri, "Daftar BPRS Dan Alamat."

Observasi awal dengan (Ibu Fiets Bierty) pada tanggal 27 Maret 2022 di BPRS Rahma Syariah Gurah Kediri.

Tabel 1.1  
Perbedaan BPRS Rahma Syariah dengan BPRS Artha Pamenang

Nama Lembaga	BPRS Rahma Syariah (Gurah Kediri)	BPRS Artha Pamenang (Cabang Gurah)
Biaya Administrasi	Tidak ada	Ada
Jam Operasional	Senin-Jumat (hari sabtu di dua akhir bulan buka)	Senin-Jumat

Sumber: Observasi BPRS Rahma Syariah dan BPRS Artha Pamenang Cabang Gurah

Berdasarkan tabel diatas terlihat perbedaan dari segi pelayanan BPRS Rahma Syariah dengan BPRS Artha Pamenang Cabang Gurah. Pada BPRS Rahma Syariah tidak ada biaya admin sedangkan pada BPRS Artha Pamenang ada biaya admin. Jam Operasional sama namun yang berbeda yakni BPRS Rahma Syariah kantor buka pada hari sabtu di dua kahir pekan terakhir. BPRS Rahma Syariah memiliki strategi pendekatan emosional dengan calon nasabah. Melalui pendekatan yang menarik dan kekeluargaan sehingga mampu menggugah rasa ketertarikan calon nasabah.

Pelayanan maksimal yang diberikan kepada nasabah memiliki tujuan yaitu bagaimana bisa memuaskan nasabah. Semakin sempurna pelayanan yang diberikan, maka makin banyak nasabah yang akan datang untuk melakukan transaksi. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada nasabah yang pada akhirnya nasabah merasa puas, maka mereka akan kembali membeli, menambah pembeliannya, dan kemudian

mereka mengajak teman-teman lainnya untuk ikut membeli,<sup>8</sup> dan proses inilah yang membentuk loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perbankan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini yang menjadi alasan utama kenapa sebuah perusahaan melakukan inovasi untuk menarik serta mempertahankan nasabah.<sup>9</sup>

Loyalitas nasabah terbentuk dari perasaan nasabah itu sendiri terhadap pemberian yang sesuai dengan harapannya. Pemberian pelayanan yang sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah yang membuat mereka merasa senang serta puas. Perasaan senang menjadi bagian dari bank inilah terbentuk dari waktu ke waktu sehingga memunculkan rasa puas untuk kembali membeli, menambah pembelian, bahkan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Berikut data jumlah nasabah BPRS Rahma Syariah dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Table 1.2

Data Jumlah Nasabah Pada BPRS Rahma Syariah<sup>10</sup>

Jumlah Nasabah dari Tahun 2018-2022	
Tahun	Jumlah
2018	475
2019	493
2020	527
2021	610
2022	723

<sup>8</sup> Kasmir, *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*, 46.

<sup>9</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 128.

<sup>10</sup> Fiets Bierty Andriani, *Wawancara Kepala Bagian Operasional BPRS Rahma Syariah*, n.d.

Sumber: Dokumentasi BPRS Rahma Syariah

Berdasarkan data diatas yang diperoleh dari hasil wawancara bersama Ibu Fiets Bierty Andriani selaku Kepala Bagian Operasional BPRS Rahma Syariah, bahwa jumlah nasabah aktif BPRS Rahma Syariah dari tahun 2018 sampai 2022 terus mengalami peningkatan meskipun tidak signifikan. Pada tahun 2018 sejumlah 475 nasabah kemudian naik menjadi 493 pada tahun 2019. Pada tahun 2020 dengan jumlah 527 nasabah dan tahun 2021 sebesar 610 nasabah. Dan untuk tahun 2022 sebesar 723 nasabah. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah sehingga mengindikasikan nasabah puas kepada kinerja bank dengan kembali membeli, menambah pembelian, dan merekomendasikan kepada orang lain.<sup>11</sup>

Melihat visi misi dari BPRS Rahma Syariah yakni menjadi terkemuka, profesional dan dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat, hal tersebut tak terlepas dari tuntutan pemberian pelayanan yang terbaik sesuai syariah guna meningkatkan loyalitas nasabah. Begitu pula dalam kegiatan operasional perusahaan harus terbingkai dalam pola syariah yakni manajemen syariah, sebab manajemen syariah merupakan kunci utama dalam operasional perusahaan. Semua tujuan berjalannya perusahaan perlu tata kelola yang strategis, agar apa yang ditujukan akan terlaksana sesuai harapan perusahaan.

Bagi para pelaku bisnis muslim, patutnya didalam pelaksanaan manajemen syariah harus didasari prinsip-prinsip yang ada pada Al-Qur'an

---

<sup>11</sup> Kasmir, *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*, 134.



dan Hadits. Begitu pula yang diterapkan di BPRS Rahma Syariah, selalu berupaya dengan maksimal memberi pelayanan yang adil kepada setiap nasabah tak terkecuali, terbukti dengan diterapkannya biaya tanpa admin kepada seluruh nasabah tabungan maupun pembiayaan, yang mana hal tersebut merupakan indikator dari penerapan manajemen syariah. Indikator ini diharapkan dapat membuat nasabah merasa puas kepada pelayanan yang diberikan sehingga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berangkat dari pemahaman tersebut, peneliti akan mengkaji BPRS Rahma Syariah Kediri mengenai strategi pelayanan melalui penerapan Customer Relationship Management beserta hal-hal menarik lainnya yang terjadi. Peneliti juga akan melihat pengelolaan hubungan nasabah yang diterapkan oleh BPRS Rahma Syariah Kediri dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan demikian, peneliti akan mendalami lebih jauh lewat sebuah penelitian yang mendalam tentang **Implementasi Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada BPRS Rahma Syariah Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penelitian ini fokus kepada:

1. Bagaimanakah implementasi *Customer Relationship Management* BPRS Rahma Syariah di Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri?

2. Bagaimana implementasi *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan loyalitas nasabah BPRS Rahma Syariah di Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan oleh penulis diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk menjelaskan implementasi *Customer Relationship Management* BPRS Rahma Syariah di Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan implementasi *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan loyalitas nasabah BPRS Rahma Syariah di Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### **1. Secara Teoritis**

Dari penelitian ini, diharapkan menambah wawasan keilmuan dan menambah literature bagi mahasiswa maupun pihak lain dalam melakukan penelitian sejenis serta mendapatkan gambaran yang jelas tentang *Customer Relationship Management* pada nasabah dari manajemen syariah.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a) Bagi Peneliti**

Peneliti berharap penelitian ini dapat meningkatkan keilmuan peneliti yang telah diperoleh selama proses peneliti mengenyam pendidikan. Serta sebagai penerapan ilmu yang didapat dengan fakta yang ada di lapangan, sehingga menjadi pengalaman dan wawasan bagi peneliti.

**b). Bagi BPRS Rahma Syariah**

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh BPRS Rahma Syariah dalam pelaksanaan operasional kinerja serta bahan masukan terkait penerapan *customer relationship management* dalam menjaga hubungan serta relasi antara pihak bank dengan nasabahnya. Serta terkait penerapan kualitas pelayanan kepada nasabah agar mereka merasa puas sehingga berdampak kepada kelayakan nasabah di BPRS Rahma Syariah.

**c). Bagi Akademis**

Peneliti berharap dari penelitian ini penulis dapat memberikan kontribusi dalam bidang akademisi, serta mampu membantu penelitian-penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi. Diharapkan pula penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan kekurangan pada penelitian ini.

**E. Penelitian Terdahulu**

1. Skripsi Mir Atul Windu Asih, Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun 2023 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Tadhabur Pada BPRS Lantabur Tebuireng*”

*Jombang*".<sup>12</sup> Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan kepada kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti hasil penelitiannya terkait strategi-strategi pelayanan meliputi *continuity marketing*, *one to one marketing*, dan *partnering program* yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Skripsi *Daimam Mahdi*, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun 2023 yang berjudul "*Peran Pelayanan Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah & Relevansinya Dengan Manajemen Pelayanan Syariah (Studi Kasus pada BPR Syariah Lantabur Kanca Mojokerto)*".<sup>13</sup> Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian yang diteliti oleh Daimam Mahdi menyatakan bahwa penelitian ini menjelaskan tentang peran pelayanan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini fokus kepada peran pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan berfokus kepada strategi pelayanan yang terdiri dari *continuity marketing*, *one to one marketing*, dan

---

<sup>12</sup> Mir Atul Windu Asi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Tadhabur Pada BPRS Lantabur Tebuireng Jombang* (Kediri: Skripsi, 2023).

<sup>13</sup> Daimam Mahdi, *Peran Pelayanan Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah & Relevansinya Dengan Manajemen Pelayanan Syariah (Studi Kasus Pada BPR Syariah Lantabur Kanca Mojokerto)* (Kediri: Skripsi, 2023).

*partnering program*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik peneliti adalah adanya peningkatan terhadap jumlah nasabahnya.

3. *Skripsi Riza Nofitasari, Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun 2023 yang berjudul “Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan (Studi Pada KSPPS BMT PETA Kediri)”<sup>14</sup>. Metode yang digunakan penelitian yakni metode penelitian kualitatif. Objek penelitian yang berbeda yakni BPRS Rahma Syariah dengan KSPPS BMT Peta Kediri. Pada penelitian dari Skripsi Riza Nofitasari menyatakan bahwa Strategi pelayanan dengan perkenalan dengan nasabah, menggunakan bahasa yang sopan, sarana dan prasarana, jemput bola. Berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni pada penelitian ini BPRS Rahma Syariah melakukan pendekatan emosional, fasilitas berupa tanpa biaya admin, dan reward, menerapkan 5S, kecepatan proses, prudential principal, dan pelatihan karyawan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti dengan strategi pelayanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah.*
4. *Skripsi Danang Budi Utomo Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2014 yang berjudul “Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga*

---

<sup>14</sup> Riza Nofitasari, *Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan (Studi Pada KSPPS BMT PETA Kediri)* (Kediri: Skripsi, 2023).

*Loyalitas Donatur*<sup>15</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana strategi komunikasi, perumusan, implementasi dan evaluasi strategi komunikasi departemen *Customer Relationship Management* dalam menjaga loyalitas donatur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjaga loyalitas donatur, Dompot Dhuafa menggunakan strategi komunikasi yang cukup efektif dalam membangun komunikasi dengan donatur. Untuk persamaannya, yakni mengenai tujuan dalam menjaga serta mengelola nasabahnya agar tetap bertahan pada bank dan metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian ini yang akan penulis lakukan mencakup strategi dari pelayanan CRM dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah agar dapat meningkatkan kelayakan dari nasabah.

5. Skripsi Frida Mutiara Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2011 yang berjudul "*Customer Relationship Management PT Askes (Persero) Cabang Utama Yogyakarta dalam menangani Keluhan Peserta untuk mencapai Kepuasan pelanggan*"<sup>16</sup>. Tujuan penelitian dalam skripsi tersebut adalah untuk mengetahui strategi pelaksanaan CRM dalam menangani keluhan dan faktor pendukung serta penghambat CRM. Penelitian

---

<sup>15</sup> Danang Budi Utomo, Skripsi (*Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur*, Skripsi, 2014), 32.

<sup>16</sup> Frida Mutiara, Skripsi, (*Customer Relationship Management PT Askes (Persero) Cabang Utama Yogyakarta dalam menangani Keluhan Peserta untuk mencapai Kepuasan pelanggan*), Yogyakarta. 2011, 42.

tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, hasil penelitian terlihat bahwa strategi dan pelaksanaan CRM oleh humas dan petugas Askes mulai dari tahun 2010 sampai September 2011 mengalami jumlah penurunan keluhan pelanggan. Persamaan penelitian ini dengan skripsi tersebut sama-sama meneliti tentang CRM dan juga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tetapi terdapat perbedaan yang mana penelitian ini tidak hanya fokus pada strategi customer relationship management namun juga tentang kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.