

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kedekatan emosional dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas nasabah Bank BNI cangan DAAN Mogot Baru. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data kuesioner, observasi dan dokumentasi. Sampel berjumlah 86 nasabah. Analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI cabang DAAN Mogot Baru dimana  $\text{sig } 0,002 < 0,000$ . Kedekatan emosional berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI cabang DAAN Mogot Baru dimana nilai  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Komunikasi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah Bank BNI cabang DAAN Mogot Baru dimana nilai  $\text{sig } 0,332 > 0,05$ .

Kata Kunci: Kedekatan Emosional, Komunikasi Pemasaran, Kualitas layanan, Loyalitas Nasabah

