

ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH TAPLUS MUDA PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS SILIWANGI (Survei Pada Mahasiswa D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi)

Oleh:

Yulia Nurhidayah
223404049

Pembimbing I : Hj Noneng Masitoh, Ir. M.M.
Pembimbing II : Deny Hidayat, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik purposive sampling, di mana responden dalam penelitian ini adalah 85 orang Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana untuk mengukur pengaruh antara variabel digital marketing (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,582 dan nilai signifikansi $p < 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,492 menunjukkan bahwa 49,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel digital marketing. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas digital marketing berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga strategi pemasaran digital yang inovatif, informatif, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda perlu terus dikembangkan oleh BNI.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kepuasan Nasabah, Taplus Muda BNI