

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi digital dan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dengan objek penelitian yaitu nasabah Bank Mandiri yang ada di Kota Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden berdasarkan kriteria usia produktif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *stratified random sampling*. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel komunikasi digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di Kota Palembang, sedangkan variabel layanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tetapi, secara simultan baik variabel komunikasi digital dan layanan *mobile banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di Kota Palembang, dengan kontribusi nilai sebesar 28,4% sementara sisanya sebesar 71,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan komunikasi digital dan layanan *mobile banking* dapat mendorong kepuasan nasabah Bank Mandiri yang ada di Kota Palembang.

Kata kunci: Komunikasi Digital, Layanan *mobile banking*, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of digital communication and *mobile banking* services on customer satisfaction, with Bank Mandiri customers in Palembang City serving as the research object. Utilizing a quantitative approach, data were gathered through a questionnaire distributed to 100 respondents classified within the productive age group, selected using a stratified random sampling technique. The data analysis employed multiple linear regression with the support of the SPSS software. The results indicate that digital communication has a significant partial effect on customer satisfaction, whereas *mobile banking* services do not show a significant individual influence. However, when tested simultaneously, both digital communication and *mobile banking* services collectively exhibit a significant impact on customer satisfaction, contributing 28.4% to the overall variance, while the remaining 71.6% is attributed to factors outside the research model. These findings suggest that although *mobile banking* services may not independently affect satisfaction, their combined implementation with effective digital communication can positively enhance the overall customer experience at Bank Mandiri in Palembang City.

Key Words: Digital Communication, *mobile banking* Services, Customer Satisfaction