

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* dan *self-service technology* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan didapatkan 100 nasabah aktif di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. Analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, dan hipotesis dengan menggunakan program SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat disimpulkan bahwa *marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel *self service technology* terhadap kepuasan nasabah, dapat disimpulkan bahwa *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai signifikan dari variabel *marketing mix* dan *self service technology* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel secara bersama sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix, Self Service Technology, Kepuasan Nasabah.*