

ABSTRAK

Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Cicil Emas Bank Sumsel Babel Syariah Kcp Muhammadiyah Palembang

**RIRIN DWI ARYANTI
1930603181**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada produk Cicil Emas di Bank Sumsel Babel Syariah KCP Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik sampel jenuh yaitu Seluruh Nasabah Cicil Emas Bank Sumsel Babel Syariah KCP Muhammadiyah Palembang dan diambil sampel sebanyak 48 orang nasabah metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t dan uji f serta uji determinasi (R^2). Teknik analisis data menggunakan dengan alat bantu SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil perhitungan secara simultan didapatkan bahwa variabel *digital marketing* (X1), *word of mouth* (X2), dan kualitas pelayanan (X3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan