

ABSTRAK

Ira Rahmawati, 1950410139, Pengaruh Digital Marketing Dan Financial Literacy Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *yaummi Mobile* Pada KSPSS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Puri.

Layanan *yaummi mobile* dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi melalui *smartphone* tanpa harus datang ke kantor namun nasabah masih banyak yang belum mengetahui tentang layanan yang ada di *yaummi mobile* maka *digital marketing* perlu dilakukan agar meningkatkan pengguna *yaummi mobile* dan nasabah juga dapat meningkatkan *financial literacy* yang baik dengan layanan *yaummi mobile*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital marketing* dan *financial literacy* terhadap keputusan nasabah menggunakan *yaummi mobile* di KSPSS yaummi maziyah assa'adah cabang Puri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research*. Teknik penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 nasabah yang menggunakan aplikasi *yaummi mobile*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu bernilai $4,279 > 1,667$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien regresi variabel *digital marketing* adalah 0,329. *Financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,336 > 1,667$ dengan nilai signifikannya sebesar 0,022 dan nilai koefisien regresi adalah 0,202. Hubungan antara *digital marketing* dan *financial literacy* secara simultan terhadap keputusan nasabah sebesar 22,0%. Sedangkan sisanya $100\% - 22,0\% = 78\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki implikasi untuk KSPSS Yaummi Maziyah Assa'adah sebagai acuan tambahan dalam meningkatkan keputusan nasabah menggunakan *Yaummi mobile* seperti meningkatkan promosi dan edukasi dimedia sosial, meningkatkan kualitas sistem dan menyebarkan ke masyarakat luas agar mengetahui layanan ini.

Kata Kunci: *digital marketing*, *financial literacy*, keputusan nasabah.