

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *digital marketing* melalui citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi Kcp Pemayung. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Jambi kantor Cabang Pembantu Pemayung dengan jumlah sebanyak 351.110 orang, dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 orang nasabah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka, jurnal dan literature lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* secara langsung dan tidak langsung melalui citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, begitu pula citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of digital marketing through corporate image on customer satisfaction at PT. Regional Development Bank Jambi Kcp Pemyung. The population in this study were customers of Bank Jambi at the Pemayung Sub-branch Office with a total of 351,110 people, with a total sample of 100 customers. The types of data used in this research are primary data and secondary data. Primary data was obtained from distributing questionnaires, while secondary data was obtained from literature studies, journals and other literature. This study uses a quantitative approach with survey methods and uses Partial Least Square (PLS) data analysis. The results of the study show that digital marketing directly and indirectly through corporate image has a positive and significant effect on customer satisfaction, as well as corporate image has an influence on customer satisfaction.

Keywords: Digital Marketing, Corporate Image, and Customer Satisfaction.