

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Kualitas Layanan, Strategi Pemasaran, *Digital Marketing* terhadap Komunikasi Pemasaran dan Loyalitas Nasabah pada Aplikasi J'Connect Mobile Bank Jatim. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Layanan, Strategi Pemasaran, *Digital Marketing*, Komunikasi Pemasaran, dan Loyalitas Nasabah. Dan untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kualitas layanan, strategi pemasaran, dan *Digital Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah dan pengaruh secara tidak langsung melalui Komunikasi Pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah pengguna Aplikasi J'Connect Mobile Bank Jatim dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan alat analisis SmartPLS 3.4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Strategi Pemasaran berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. *Digital Marketing* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Selanjutnya *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Komunikasi Pemasaran. Komunikasi Pemasaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran yang hanya mampu memediasi pengaruh Digital Marketing terhadap Loyalitas Nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Strategi Pemasaran, *Digital Marketing*, Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality analysis, marketing strategy, and digital marketing on marketing communication and customers' loyalty at J'Connect mobile banking Bank Jatim. The variables were service quality, marketing strategy, digital marketing, marketing communication, and customers' loyalty. Also, the research aims to find out the direct effect of service quality, marketing strategy, digital marketing on customers' loyalty, and the indirect effect through marketing communication.

The study applies quantitatively. Furthermore, the population was customers of J'Connect mobile banking Bank Jatim with 100 respondents as the sample. The data collection technique used non-probability sampling. Moreover, the data analysis technique used PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 3.4.

The result indicates that service quality has a positive and significant effect on customers' loyalty. However, marketing strategy has an insignificant effect on customers' loyalty. Likewise, digital marketing has an insignificant effect on customers' loyalty. Additionally, digital marketing has a positive and significant effect on marketing communication. Marketing communication has a positive and significant effect on customers' loyalty. In brief, marketing communication can mediate the effect of digital marketing on customers' loyalty.

Keywords: Service Quality, Marketing Strategy, Digital Marketing, Marketing Communication, and Customers' Loyalty.

I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

24/2/25

M. Faizal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pimpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia