ABSTRAK

Cefi Irfan Shyah , NIM. 3402220271. "Pengaruh *Customer Experience* dan *Digital Litracy* terhadap Keputusan Nasabah (Suatu Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Diponegoro Cilacap)". Dibawah bimbingan Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Lia Yulia, S.T., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Customer Experience* dan *Digital Literacy* Terhadap Keputusan Nasabah (Suatu Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Diponegoro Cilacap). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1] bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap keputusan nasabah, 2] bagaimana pengaruh *digital literacy* terhadap keputusan nasabah, 3] serta bagaimana pengaruh *customer experience* dan *digital literacy* secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital Byond by BSI. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience* dan *digital literacy* baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Diponegoro Cilacap.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang terpilih melalui teknik *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, serta uji hipotesis (Uji t dan Uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung (13,191) > t tabel (1,66055) dan kontribusi pengaruh sebesar 64,00%. Variabel *digital literacy* secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung (17,707) > t tabel (1,66055) serta kontribusi pengaruh sebesar 76,18%. Secara simultan (bersama-sama), *customer experience* dan *digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai F hitung (173,849) > F tabel (3,09). Nilai koefisien korelasi ganda sebesar 0,884 menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 78,2%, sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Diharapkan Bank Syariah Indonesia KCP Diponegoro Cilacap dapat terus mengoptimalkan *customer experience* dan *digital literacy* sehingga akan terus meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital Byond by BSI.

Kata kunci: *Customer Experience*, *Digital Literacy*, dan Keputusan Nasabah.