

ABSTRAK

Nama : Aini Liza

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh *Mobile Marketing*, *E- Service Quality* dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi DANA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *mobile marketing*, *e-service quality*, dan biaya terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi DANA di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 114 responden yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *non probability*. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda dan juga pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Mobile marketing* mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui interaksi dan aksesibilitas dengan koefisien 0,347, diikuti oleh biaya (0,349) menunjukkan pentingnya nilai yang diterima pelanggan, dan *e-service quality* (0,173) mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui kemudahan dan keandalan dalam mengakses informasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang berfokus pada penggunaan perangkat mobile dan kualitas pelayanan elektronik, serta biaya, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan aplikasi Dana di kalangan Mahasiswa. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengelola aplikasi DANA untuk meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Mobile Marketing*, *E-Service Quality*, Biaya, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi DANA.

ABSTRACT

Name : Aini Liza

Study Program : Management

Title : *The Influence of Mobile Marketing, E-Service Quality, and Costs on Customer Satisfaction Among Users of the DANA Application*

This study aims to analyze the influence of mobile marketing, e-service quality, and costs on customer satisfaction among users of the DANA application, specifically among students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 114 respondents selected using a non-probability sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression and hypothesis testing. The results show that all independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Mobile marketing influences customer satisfaction through interaction and accessibility, with a coefficient of 0.347, followed by costs (0.349), which highlight the importance of the value received by customers, and e-service quality (0.173), which affects customer satisfaction through ease and reliability in accessing information. These findings indicate that marketing strategies focusing on the use of mobile devices, electronic service quality, and costs can enhance customer satisfaction for the DANA application among students. This research provides important implications for DANA application managers to improve marketing strategies and service quality to enhance customer satisfaction.

Keywords : Mobile Marketing, E-Service Quality, Costs, Customer Satisfaction, DANA Application.