ABSTRAK

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas fungsi pemasaran tradisional. *Digital marketing* dapat membantu pemasar menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penggunaan *digital marketing* banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan, sebagaimana yang dilakukan oleh Quantum Private. Di samping itu selain *digital marketing*, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Sebab untuk mempertahankan pelanggan lama maka pemasar dapat meningkatkan kepuasan. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan menunjukkan perilaku membeli kembali dan mendorong loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *digital marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Quantum Private. Metode penelitian menggunakan deskriptif dan verifikatif, teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dan sampel penelitian sebanyak 55 responden, metode pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh. Hasil penelitian bahwa secara deskriptif *digital marketing*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan tergolong kurang. Adapun secara verifikatif bahwa *digital marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Digital Marketing,* Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Digital marketing is a marketing strategy using the internet and information technology to expand traditional marketing functions. Digital marketing can help marketers build relationships with customers to increase customer loyalty. The use of digital marketing is widely used by several companies, as is done by Quantum Private. Besides that, besides digital marketing, another factor that can affect customer loyalty is customer satisfaction. Because to retain old customers, marketers can increase satisfaction. If the customer is satisfied, then he will show repurchasing behavior and encourage loyalty. This study aims to examine and analyze the effect of digital marketing and customer satisfaction on customer loyalty. Quantum Private. The research method uses descriptive and verification, data collection techniques through a questionnaire. The population and research sample were 55 respondents, the sampling method used was saturated sampling. The results showed that descriptively digital marketing, customer satisfaction, and customer loyalty were classified as lacking. As for verification, digital marketing and customer satisfaction affect customer loyalty either partially or simultaneously.

Keywords: Digital Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty