

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting bagi para pembisnis, karena dengan adanya kepuasan konsumen dapat menentukan suka atau tidaknya konsumen terhadap produk yang dimiliki para pembisnis. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, beberapa diantaranya adalah kualitas produk dan *digital marketing*. Dalam penelitian ini, terdapat ketidaksesuaian antara harapan konsumen terkait kualitas produk dan *digital marketing* dengan kenyataan yang konsumen dapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kualitas produk, *digital marketing*, kepuasan konsumen, serta bagaimana pengaruh kualitas produk dan *digital marketing* terhadap kepuasan konsumen Pabrik Tahu Girimulya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner dengan jumlah 94 responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian yang meliputi analisis deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan analisis deskriptif kualitas produk, *digital marketing*, dan kepuasan konsumen dalam kategori baik. Sedangkan analisis verifikatif menunjukkan nilai koefisien determinasi mencapai 91% dimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan *digital marketing*.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Digital Marketing*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Consumer satisfaction is one of the important things for business people, because with customer satisfaction it can determine whether consumers like the products owned by business people. Satisfaction is influenced by several factors, some of which are product quality and digital marketing. In this study, there is a discrepancy between consumer expectations regarding product quality and digital marketing with the reality that consumers get. This study aims to describe and analyze product quality, digital marketing, consumer satisfaction, and how the influence of product quality and digital marketing on consumer satisfaction of the Girimulya Tofu Factory. The method used in this research is descriptive verification with a quantitative approach. The power analysis technique used is classical assumption test, multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing. The data collection technique used a questionnaire instrument with a total of 94 respondents. Based on the research results show that product quality and digital marketing have a positive and significant effect on consumer satisfaction partially or simultaneously. The conclusion in this study is based on the research objectives which include descriptive analysis and verification. Based on a descriptive analysis of product quality, digital marketing, and consumer satisfaction in the good category. While the verification analysis shows the coefficient of determination reaches 91% where consumer satisfaction is influenced by product quality and digital marketing.

Keywords: Product Quality, Digital Marketing, Consumer Satisfaction