

ABSTRAK

Nama : Bintang Kartika Handini
NIM : (3012211004)
Judul : Pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Reputasi Online terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brand Fashion Lokal “Sejauh Mata Memandang” (Studi pada Brand Fashion Lokal “Sejauh Mata Memandang”)
xiii + 79 hlm

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Reputasi Online terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brand Fashion Lokal “Sejauh Mata Memandang” (Studi pada Brand Fashion Lokal “Sejauh Mata Memandang”), dengan total 50 responden pelanggan brand tersebut.

Penelitian deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi untuk menguji hipotesis. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,537 ($> t\text{-tabel } 2,012$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa Strategi Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,313 ($> t\text{-tabel } 2,012$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa Reputasi Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 61,497 ($> F\text{-tabel } 3,20$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Digital dan Reputasi Online secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brand Fashion Lokal “Sejauh Mata Memandang”.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Digital, Reputasi Online, Loyalitas Pelanggan
Referensi : 2 buku, 69 jurnal (2020-2025)