

ABSTRAK

KHAIRUL IHSAN. 2024. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Minuman Kekinian Hayoo Indonesia. Dibimbing oleh : Bapak Moh Aris Pasigai dan Ibu Zalkha Soraya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kedai minuman kekinian hayoo indonesia. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kedai minuman kekinian hayoo indonesia. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah rumus *Hair* digunakan untuk menentukan jumlah sampel dan teknik *accidental sampling* digunakan untuk menentukan kriteria sampel. berdasarkan hal tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 80 pelanggan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science* versi 26 (SPSS26), memberikan hasil yakni variabel digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kedai minuman kekinian hayoo indonesia.

Kata kunci : Digital Marketing, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

KHAIRUL IHSAN. 2024. The Influence of Digital Marketing, Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty at the Contemporary Drink Shop Hayoo Indonesia. Supervised by: Mr. Moh Aris Pasigai and Mrs. Zalkha Soraya.

The aim of this research is to find out whether digital marketing variables, product quality and service quality influence customer loyalty at the contemporary Hayoo Indonesia drink shop. The type of research carried out is quantitative research. The population in this study were customers of the modern Hayoo Indonesia drink shop. The sampling technique used by the author is the Hair formula used to determine the number of samples and the accidental sampling technique used to determine the sample criteria. Based on this, the sample in this research was 80 customers. The type of data used in this research is quantitative data obtained from distributed questionnaires and is related to the problem being studied. Data collection was carried out by distributing questionnaires and documentation. In this research, the data sources used in data collection include primary data.

Based on the results of research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science version 26 (SPSS26) application, the results are that digital marketing variables, product quality and service quality partially and simultaneously influence customer loyalty at the modern Hayoo Indonesia drink shop.

Keywords: Digital Marketing, Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty