

ABSTRAK

Pengaruh Digital Marketing dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Indomobil Multi Trada – Suzuki Bintaro

Oleh:

Eko Wahyu Febrianto

NIM: 1718021

(Administrasi Bisnis Otomotif)

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan merek baik secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan konsumen pada PT Indomobil Multi Tarda – Suzuki Bintaro. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yakni digital marketing (X1) dan merek (X2) serta variabel terikat Kepuasan konsumen (Y). Responden dalam penelitian ini ialah konsumen yang membeli mobil di Suzuki Bintaro. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian asosiatif atau hubungan yang bertujuan untuk mengetahui keterkaitan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Jenis hipotesis penelitian yang digunakan adalah hipotesis kausal (sebab-akibat) dan pendekatannya adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli mobil Suzuki di PT Indomobil Multi Tarda – Suzuki Bintaro periode Januari –Desember 2022. Selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar acuan yang bertujuan untuk meningkatkan Kepuasan konsumen.

Kata kunci: Digital Marketing, Merek, Kepuasan konsumen