

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada kopi janji jiwa. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Pemasaran Digital, Kualitas Produk, dan Harga. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah Loyalitas Konsumen. Populasi yang digunakan adalah masyarakat yang sudah pernah membeli produk kopi di Janji Jiwa baik secara langsung maupun melalui aplikasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 104 responden Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis survei dengan menggunakan data kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *metode random sampling*. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan f serta analisis koefisien determinasi

Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas produk, Harga, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of digital marketing, product quality and price on consumer loyalty to Janji Jiwa coffee. The independent variables obtained from the results of the preliminary survey are Digital Marketing, Product Quality and Price. While the dependent variable obtained is Consumer Loyalty. The population used is people who have purchased coffee products at Janji Jiwa either directly or through an application. The sample used in this study were 104 respondents. The research approach used in this study was survey analysis using questionnaire data. The sampling technique used is probability sampling with random sampling method. The statistical analysis used in this study is the classical assumption test, regression analysis, hypothesis testing using *t* and *f* tests and analysis of the coefficient of determination*

Keywords: *Digital Marketing, Product Quality, Price, Consumer Loyalty*

