

ABSTRAK

Rofi Hidayat (118802076): “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PROVIDER KARTU BY.U DI KOTA BANDUNG

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *digital marketing* terhadap kepuasan konsumen *provider* kartu by.U di Kota Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kualitas produk oleh Tjiptono (2012), *digital marketing* oleh Sanjaya & Tarigan (2009), dan teori kepuasan konsumen oleh Kotler & Keller (2012). Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen *provider* kartu by.U di Kota Bandung dengan jumlah responden sebanyak 98 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5.39 > 1.98$) dan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$). Kemudian, *digital marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.09 > 1.98$) dan nilai signifikansi ($0.03 < 0.05$). Kualitas produk dan *digital marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} ($155.30 > 3,09$) dan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$). Nilai *R Square* adalah sebesar 76.6%, sisanya tidak dijelaskan di dalam variabel penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Digital Marketing, Kepuasan Konsumen