

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome (Studi Pada Pelanggan IndiHome Di Kecamatan Candisari, Kota Semarang).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 81 responden yang menggunakan IndiHome dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis regresi berganda yang dilakukan, hasil yang diperoleh, $Y = 0,854 + 0,265X_1 + 0,439X_2 + 0,406X_3 + e$. Jika *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan 0, Kepuasan Pelanggan adalah 0,854. Hasil kompensasi uji t membuktikan bahwa variabel *Digital Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,758, yang berarti bahwa 75,8% dari variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang dibuat oleh model penelitian.

Kata kunci: *Digital Marketing, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*



ABSTRACTION

This study aims to determine and explain how the influence of Digital Marketing, Price, and Service Quality on IndiHome Customer Satisfaction (Study on IndiHome Customers in Candisari District, Semarang City).

This study uses a quantitative approach. The sampling technique used in this study used non propability sampling and the sample used was 81 respondents using IndiHome and data collection using questionnaires. Data analysis in this study was using multiple linear regression analysis method which had previously been tested for validity, reliability and classical assumption tests.

Based on the calculation results from the multiple regression analysis performed, the results obtained, $Y = 0,854 + 0,265X_1 + 0,439X_2 + 0,406X_3 + e$. If Digital Marketing, Price, and Service Quality 0, Customer Satisfaction is 0.854. The results of the compensation t test prove that the Digital Marketing variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. While the Adusjted R Square or coefficient of determination is 0.758, which means that 75,8% of the dependent variable (Y) is influenced by the independent variable (X), while the rest is influenced by other variables created by the research model.

Keywords: *Digital Marketing, Price, Service Quality, Customer Satisfaction*

