

ABSTRAK

Judul Penelitian: **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL, CITRA MEREK, DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KINERJA PENJUALAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA TOKO AGROTERNAK PS**

Dosen Pembimbing : Dr. Eko Widodo, Drs.,M.M.

: Nizar Zakaria, S.Kom.,M.M

Nama Mahasiswa : Bregy Indrawan

NPM : 21130210397

Abstraks

Penelitian ini dilakukan di toko Agroternak PS yang bertujuan untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran digital dan loyalitas pelanggan terhadap kinerja penjualan *e-commers* shopee pada toko Agroternak PS. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu incidental sampling dengan populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Agroternak PS yang tidak diketahui dan sampel sebanyak 96 responden didapatkan dengan menggunakan rumus Lemeshow yang syarat penggunaanya mengaplikasikan populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R² yang diolah menggunakan program SPSS versi 25. Hasil kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial strategi pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan yang diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. loyalitas pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Strategi pemasaran digital dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan dengan nilai uji F sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Digital, Loyalitas Pelanggan, Kinerja Penjualan.