

# ***DIGITAL MARKETING, CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE INSTAN INDOMIE DI SIDOARJO***

Oleh:

Crisdian Andry Baskoro

Lilik Indayani

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

# Pendahuluan

Loyalitas pelanggan menunjukkan perilaku yang berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Selain itu loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie?

# Metode

- **Jenis penelitian**

Jenis penelitian saat ini adalah penelitian survei, dimana peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, peneliti hanya mencatat data apa adanya, menganalisis dan menginterpretasikan data

- **Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Sidoarjo.

- **Populasi dan sampel**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Sidoarjo yang mengkonsumsi Mie Instan Indomie yang tidak diketahui jumlahnya.

- **Sumber & Pengumpulan Data**

Sumber data = data primer dan data sekunder

Metode pengumpulan data = Kuisoner

- **Teknik Analisis Data**

Uji kualitas data : uji validitas dan reabilitas

Uji asumsi klasik : Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas

- **Analisis Regresi Linier Berganda**

Uji T, uji F, uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ )

# Hasil

Hasil penelitian membuktikan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Digital marketing, citra merek, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

# Pembahasan

- Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara digital marketing terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie. Artinya bahwa dengan semakin baiknya digital marketing maka loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie juga akan mengalami peningkatan. Semakin baiknya digital marketing dapat ditunjukkan dengan adanya kemudahan untuk melakukan akses informasi dan layanan mengenai produk Mie Instan Indomie, mendapatkan kemudahan menyampaikan keluhan mengenai produk Mie Instan Indomie, iklan Mie Instan Indomie menarik, iklan online pada produk Mie Instan Indomie dapat dipercaya, iklan online produk Mie Instan Indomie dapat dipertanggung jawabkan dan iklan online produk Mie Instan Indomie memberikan informasi secara jelas mengenai keunggulan produk maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.
- Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie. Artinya bahwa dengan semakin baiknya citra merek maka loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie juga akan mengalami peningkatan. Semakin baiknya citra merek dapat ditunjukkan dengan responden merasa produk Mie Instan Indomie diproduksi oleh perusahaan yang terkenal, merasa produk Mie Instan Indomie dapat menciptakan kesan positif dan merasa produk Mie Instan Indomie memberikan jaminan atas produk yang berkualitas maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan.

# Pembahasan

- Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie. Artinya bahwa dengan semakin meningkatnya kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan Mie Instan Indomie juga akan mengalami peningkatan. Peningkatan kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan konsumen akan melakukan pembelian kembali produk Mie Instan Indomie secara teratur, akan mengatakan hal-hal yang baik tentang Produk Mie Instan Indomie kepada orang lain dan merekomendasikan, tidak akan memperhatikan iklan produk pesaing dari Mie Instan Indomie dan akan membeli variasi rasa yang ditawarkan oleh Produk Mie Instan Indomie maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan.
- Secara statistik pada pengujian ini membuktikan bahwa digital marketing, citra merek dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan mie instan indomie di Sidoarjo. Maka hipotesis ketiga yang menyatakan, “digital marketing, citra merek, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan terhadap mie instan indomie di sidoarjo”. Dapat diterima.

# Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil pada analisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara digital marketing, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan mie instan indomie di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwasanya digital marketing, citra merek, dan kepuasan pelanggan yang baik akan menjadi faktor utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan

# Manfaat Penelitian

- **Manfaat Penelitian**

1. **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang melakukan kajian mengenai pengaruh digital marketing, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

- **Manfaat Praktis**

- **Bagi Peneliti**

Untuk memperoleh gambaran tentang masalah terpenting dari objek penelitian (perusahaan) dan bandingkan dengan teori yang dipelajari di perkuliahan.

- **Bagi Perusahaan**

Sebagai masukan bagi perusahaan mengenai suatu hal yang telah disesuaikan dengan teori yang ada yaitu dalam hal ini loyalitas pelanggan yang ditinjau dari digital marketing, citra merek dan kepuasan pelanggan.

- **Bagi Almamater**

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang mengambil topik yang sama dan menambah kanzah perbendaharaan penelitian di masyarakat Sidoarjo

# Referensi

- [1]Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2]Septiano. (2017). Digital Marketing. Retrieved from Red Tree
- [3]Hansen, Don R. and Maryanne M. Mowen. (2005). Management Accounting. Edisi 5. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.
- [4]Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- [5]Armstrong, Kotler (2015), "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc.
- [6]Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. (2006). Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.
- [7]Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:CV. Alfabeta.
- [8]Fini Safwati (2021) Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Loyalitas pelanggan Mie Instan Sedaap Di Kota Medan
- [9]Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- [10]Doni Setiawan (2021) Pengaruh Digital Marketing (Pemasaran Digital) dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Pelanggan di Awesam Store Kota Malang (Pada Masa Pandemi Covid-19), Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol.7 No.2
- [11]Agus Purnomo Sidi (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang), Jurnal JIBEKA Volume 12, No 1, 201: 1 – 8
- [12]Yuni Maxi Putri (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital marketing, Kepuasan pelanggan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Grand Wahid Hotel Salatiga, Among Makarti : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

