

**ANALISIS *DIGITAL MARKETING* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN HAPPY FRESH
DI KOTA BANDUNG**

Ditulis Oleh :
Andi Prasetyo Nugroho

Dibimbing Oleh :
Henny Utarsih, S.E., M.Si

ABSTRAK

Teknologi semakin berkembang dan membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan manusia seperti bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Salah satu teknologi yang berkembang saat ini yaitu internet, adanya internet ini semua keperluan maupun kebutuhan manusia dapat teratasi dengan mudah dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Digital Marketing* Konsumen Happy Fresh, *E-Service Quality* Konsumen Happy Fresh, Kepuasan Konsumen Happy Fresh, untuk mengetahui seberapa besar *Digital Marketing* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Happy Fresh. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Happy Fresh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis pengujian instrument penelitian dengan analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antar *Digital Marketing*, *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan simultan *Digital Marketing* dan *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Happy Fresh sebesar 88,3%, sisanya sebesar 11,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *digital marketing*, *e-service quality*, kepuasan konsumen happy fresh

**ANALYSIS DIGITAL MARKETING AND E-SERVICE QUALITY OF HAPPY FRESH
CUSTOMER SATISFACTION IN BANDUNG CITY**

Written by :
Andi Prasetyo Nugroho

Guided by :
Henny Utarsih, S.E., M.Si

ABSTRACT

Technology is increasingly developing and bringing changes in various fields of human life such as the political, economic, social and cultural fields. Technological progress is something that cannot be avoided in this life because technological progress goes hand in hand with scientific progress. Every innovation is created to provide positive benefits for human life. One of the technologies that is currently developing is the internet, with this internet all human needs and needs can be resolved easily and quickly. This study aims to find out how Happy Fresh Consumer Digital Marketing, Happy Fresh Consumer E-Service Quality, Happy Fresh Customer Satisfaction, to find out how much Digital Marketing and E-Service Quality have on Happy Fresh Consumer Satisfaction. The research method used in this study is a quantitative method with a descriptive and verification approach. The data used are primary data and secondary data. The population in this study is Happy Fresh Consumers. The sample in this study amounted to 100 respondents. The data analysis used is the analysis of research instrument testing with multiple linear regression analysis to identify the independent variables that affect the dependent variable. The results showed that there was a significant influence between Digital Marketing, E-Service Quality on Customer Satisfaction partially and simultaneously Digital Marketing and E-Service Quality effect on Happy Fresh Consumer Satisfaction by 88.3%, the remaining 11.7% was influenced by other factors that were not included in this research.

Keywords: *digital marketing, e-service quality, happy fresh consumer satisfaction*