

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana gambaran pemasaran *digital*, kualitas produk dan kepuasan pelanggan Saera *Home Living* Karawang, apakah terdapat hubungan antara pemasaran *digital* dengan kualitas produk, apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan pemasaran *digital* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Saera *Home Living* Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif dan alat analisis yang digunakan yaitu analisis jalur dengan sampel sebanyak 209 orang. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa pemasaran *digital* berada pada kategori baik, kualitas produk berada pada kategori cukup baik dan kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup puas. Berdasarkan hasil analisis verifikatif diperoleh bahwa secara parsial dan simultan bahwa pemasaran *digital* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Saera *Home Living* Karawang. Kualitas produk merupakan variabel yang memberikan kontribusi rendah dibandingkan pemasaran *digital* dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan pada Saera *Home Living* Karawang.

Kata kunci: pemasaran *digital*, kualitas produk, kepuasan pelanggan



ABSTRACT

This study aims to determine, analyze and explain how digital marketing describes, product quality and customer satisfaction at Saera Home Living Karawang, whether there is a relationship between digital marketing and product quality, whether there is a partial and simultaneous influence of digital marketing and product quality on Saera customer satisfaction. Home Living Karawang. This study uses a quantitative approach with descriptive verification method and the analytical tool used is path analysis with a sample of 209 people. Based on the results of descriptive analysis obtained that digital marketing is in the good category, product quality is in the fairly good category and customer satisfaction is in the fairly satisfied category. Based on the results of the verification analysis, it is found that partially and simultaneously digital marketing and product quality have a significant effect on Saera Home Living Karawang's customer satisfaction. Product quality is a variable that contributes less than digital marketing in an effort to create customer satisfaction at Saera Home Living Karawang.

Keywords: *digital marketing, product quality, consumer satisfaction*

