

PENGARUH DIGITAL MARKETING APLIKASI STARBUCKS INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

CLARA ASTIANI ZUBAIDA

e-mail : Claramooy@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu
Buana Yogyakarta

ABSTRACT

Penggunaan internet setiap hari mengalami peningkatan. Hal ini yang harus disadari oleh para pelaku pembisnis. Salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh pembisnis untuk mendukung promosi penjualan ialah digital marketing. Kemajuan ini dianggap sangat berguna sebagai strategi pemasaran bisnis yang juga dilakukan oleh pihak Starbucks Indonesia. Penggunaan E-business, Ecommerce, social media, social chat dan bahkan beriklan sangat mendukung pihak Starbucks Indonesia dalam promosi, pemasaran dan penjualan. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya pengaruh digital marketing terhadap loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dimana pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian ini menemukan bahwa digital marketing secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Digital Marketing, Starbucks Indonesia, Loyalitas Pelanggan

THE EFFECT OF STARBUCKS INDONESIA APPLICATION DIGITAL MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY

CLARA ASTIANI ZUBAIDA

e-mail : Claramooy@gmail.com

Communication Science Study Program, Faculty of Communication and Multimedia, Mercu
Buana University, Yogyakarta

ABSTRACT

Internet use every day has increased. This must be realized by business actors. One of the marketing media that is currently in great demand by business people to support sales promotions is digital marketing. This progress is considered very useful as a business marketing strategy which is also carried out by Starbucks Indonesia. The use of E-business, E-commerce, social media, social chat and even advertising really supports Starbucks Indonesia in promotion, marketing and sales. The purpose of this study is to identify whether or not there is an influence of digital marketing on customer loyalty. This research method uses a descriptive quantitative approach, where data collection is done by distributing questionnaires. The data is processed using the SPSS 23 application. The results of this study found that digital marketing significantly affects customer loyalty.

Keywords: Digital Marketing, Starbucks Indonesia, Customer Loyalty