

ABSTRAK

“PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA TOKO ONLINE OTTEN COFFEE DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA”

JIWANGGA AJIKARA

NIM. 141200142

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail: jajikara@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh digital marketing, harga dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada toko kopi online Otten Coffee. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling sebagai pemilihan sampelnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 102 orang yang pernah melakukan pembelian pada toko kopi online Otten Coffee. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *non probability sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda melalui software SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Digital marketing, harga, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 2) Digital marketing berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 3) harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 4) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Digital Marketing, Harga, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.