

ABSTRAK
**PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRANDING, REPUTASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT.SAMUDERA INDO
PERKASA**

Nitya Nanda Kumar

Email: nityanandakumar121004@gmail.com

UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA MEDAN

Dr.HENDRY, S.E., M.M.

Email: hendry@unprimdn.ac.id

UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA MEDAN

Valencia Kosasih

Email: valenciakosasih006@gmail.com

UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA MEDAN

Fhenny Adriana Siregar, S.K.M.,M.M.

STIE PANGERAN ANTASARI MEDAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing, branding, dan reputasi terhadap loyalitas pelanggan pt.samudera indo perkasa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden yang merupakan pengguna ekspedisi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai t hitung sebesar 16,085 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. branding juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 23,035 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 8,371 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, digital marketing, branding, dan reputasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 19,265 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,988 menunjukkan bahwa 98,8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 2,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digital marketing, branding, dan reputasi memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pt.samudera indo perkasa.

Kata kunci: Digital marketing, branding, reputasi