

INTISARI

PENGARUH DIGITAL CONTENT MARKETING DAN DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY NUJU COFFEE DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Friskila Oktavia

Friskilaoktavia9999.2012140040@mail.darmajaya.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital content marketing* terhadap *digital customer experience* pada Nuju Coffee, Mengetahui jenis konten digital yang paling berpengaruh terhadap *digital customer experience* pada Nuju Coffee di Bandar Lampung. Mengetahui strategi *digital content marketing* yang efektif untuk meningkatkan *digital customer experience* pada Nuju Coffee di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan variable Dependen (Y) yaitu *Brand Loyalty* pada Nuju coffee. Sedangkan variable independen (X) adalah *Digital Content Marketing* (X1), *Digital Customer Experience* (X2), dan *Digital Stickiness* (Z) dengan objek pada masyarakat Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah followers pada Instagram Nuju Coffee di Bandar Lampung yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan aplikasi G power yang diperoleh sebanyak 129 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Content Marketing* tidak terbukti berpengaruh terhadap *Digital Stickiness* Nuju Coffee di Bandar Lampung sedangkan *Digital Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Stickiness* Nuju Coffee di Bandar Lampung dan *Digital Stickiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Loyalty Nuju Coffee di Bandar Lampung.

Kata kunci: *Digital Content marketing, Digital Customer Experience, Digital Stickiness, Brand Loyalty.*

ABSTRACT

EFFECT DIGITAL CONTENT MARKETING AND DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY NUJU COFFEE IN BANDAR LAMPUNG

Oleh

Friskila Oktavia

Friskilaoktavia9999.2012140040@mail.darmajaya.ac.id

The purpose of the study was to analyze the effect of digital content marketing on digital customer experience at Nuju Coffee, to identify the most influential types of digital content on digital customer experience at Nuju Coffee in Bandar Lampung, and to determine effective digital content marketing strategies to enhance digital customer experience at Nuju Coffee in Bandar Lampung. This research used the dependent variable (Y) Brand Loyalty at Nuju Coffee, while the independent variables (X) are digital marketing (X), digital customer experience (X2), and digital stickiness (Z) with the focus on the residents of Bandar Lampung city. The research method used was quantitative research with a survey method. The population of the study was the followers on Nuju Coffee's Instagram in Bandar Lampung who used social media to market their products. The research sample was determined using the G power application and obtained as many as 129 respondents. The data analysis was performed using multiple linear regression analysis. The result showed that Digital Content Marketing was not proven to affect Digital Stickiness of Nuju Coffee in Bandar Lampung, while Digital Customer Experience had a positive and significant effect on Digital Stickiness of Nuju Coffee in Bandar Lampung, and Digital Stickiness had a positive and significant effect on Brand Loyalty of Nuju Coffee in Bandar Lampung.

Keywords: Digital Content Marketing, Digital Customer Experience, Digital Stickiness, Brand Loyalty