ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL MARKETING,* KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK ERIGO

Oleh:

Rifal Rizaldi

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *digital marketing*, kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen pada produk Erigo. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Erigo di Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. yaitu 140 sampel. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan mengunakan metode analisis regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel independent yang mempengaruhi variabel dependent. Hasil analisis menyatakan bahwa *igital marketing*, kualitas produk dan emosionalberpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Erigo.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Emosional Dan Kepuasan