

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN METRODATA ACADEMY DI
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan
Program Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

NIA AMIRA NIA MELATY

NPM. 201003632110334

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Berdasarkan laporan Panitia Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul:

“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN METRODATA ACADEMY DI JAKARTA BARAT “

Diterima dan disahkan untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang tahun 2023.

Semarang, 24 April 2024

Mengetahui :
Dekan



Prof. Dr. Dra. Rini Werdiningsih, MS
NIDN. 0621105901

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterima dan disahkan Dosen Pembimbing Skripsi untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Publik, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 24 April 2024

Dosen Pembimbing


Hermawan Budiyanto S.Sos, Msi.

NIDN : 0604076901

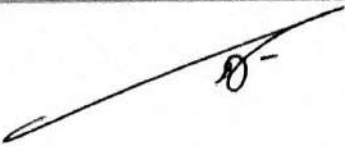


BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Setelah Skripsi ini diterima oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, selanjutnya mendapat pengesahan dan persetujuan untuk diajukan di muka Sidang Panitia Ujian Skripsi FISIP UNTAG Semarang, pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 23 Maret 2024

Waktu : 09.00 WIB - Selesai

No	Dosen Penguji	Tanda Tangan
1.	M. Hangga Novian, S.A.B, M.Si	1. 
2.	Hermawan Budiyanto S.Sos, M.Si	2. 
3.	Nadia Dwi Irmadiani S.A.B M.Si	3. 

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Metrodata Academy di Jakarta Barat
Nama : Nia Amira Nia Melaty
NPM : 201003632110344
Program Studi : Administrasi Bisnis

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan besar dalam cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, dengan *digital marketing* menjadi alat utama untuk memasarkan produk dan jasa. Pertumbuhan penggunaan internet dan teknologi informasi di Indonesia juga menunjukkan tren positif, menciptakan persaingan yang ketat di pasar domestik dan internasional. Kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, dengan upaya perbaikan yang sistematis diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Peneliti menyoroti pentingnya pemasaran digital dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam lingkungan pendidikan. Masalah yang dihadapi oleh pelanggan perlu ditangani secara efektif untuk meningkatkan pengalaman mereka dan menjaga kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *digital marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Metrodata Academy di Jakarta Barat. Tipe penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif melalui *explanatory*. Populasi penelitian sebanyak 500 responden dengan sampel sebanyak 83 responden menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan kuesioner. Analisis data menggunakan teknis kuantitatif deskriptif. Pengujian Hipotesis dengan menggunakan uji koefisien korelasi, Uji t-Test, Uji F Test, dan Uji Koefisien Determasi. Hasil penelitian Digital Marketing menunjukan hubungan positif yang kuat dengan Kepuasan Konsumen, dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi 0,3152, uji t-Test $3,1485 > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,663)$ dan R^2 9,94%. Kemudian untuk Kualitas Pelayanan berpengaruh dengan Kepuasan Konsumen dengan koefisien korelasi 0,1109 menunjukkan hubungan positif yang lemah dengan uji t-Test $1,1252 < t \text{ tabel } (1,663)$ dan R^2 1,23%. Serta Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,3252 dan R^2 11,69%. Menunjukkan hubungan positif yang kuat.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*