

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menguji analisis pengaruh desain produk, *digital marketing*, *electronic word of mouth* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Abata Printing. Persaingan dalam bisnis di dunia digital semakin ketat, baik bisnis baru maupun perusahaan besar mereka berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Bisnis digital memiliki potensi yang besar dan merupakan bisnis menjanjikan yang diharapkan akan terus berkembang di masa mendatang. Rencana yang seharusnya direalisasikan dalam waktu 2 hingga 5 tahun ke depan secara mendadak harus selesai dalam hitungan bulan jika bisnis ingin terus bertahan. Hal tersebut menjadi tanda pentingnya membangun bisnis digital untuk segala macam produk, termasuk produk konvensional. Kemajuan zaman dan teknologi telah membawa masa depan yang cerah bagi industri percetakan digital. Tantangan teknologi memungkinkan orang membuat desain yang menarik. Hal ini membuat bisnis *digital printing* semakin diminati. Penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yaitu desain produk, *digital marketing*, *electronic word of mouth* dan kualitas produk. Populasi penelitian adalah 120 pelanggan yang pernah menggunakan produk/jasa Abata Printing, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *confidence level*. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden secara online dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk dan *electronic word of mouth (e-wom)* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel *digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: desain produk, *digital marketing*, *electronic word of mouth (e-wom)*, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This research is a quantitative study that aims to determine and test the analysis of the effect of product design, digital marketing, electronic word of mouth and product quality on Abata Printing customer satisfaction. Competition in business in the digital world is getting tighter, both new businesses and large companies are competing to provide the best service for customers. Digital business has great potential and is a promising business that is expected to continue to grow in the future. Plans that should be realized within the next 2 to 5 years suddenly have to be completed in a matter of months if the business wants to survive. This is a sign of the importance of building a digital business for all kinds of products, including conventional products. The advancement of time and technology has brought a bright future for the digital printing industry. Technological challenges allow people to create attractive designs. This makes the digital printing business increasingly in demand. This study uses 4 independent variables, namely product design, digital marketing, electronic word of mouth and product quality. The research population is 120 customers who have used Abata Printing products / services, with a sample size of 96 respondents. The sampling technique used non probability sampling technique using the confidence level method. The research data was collected by distributing questionnaires to 96 respondents online with data analysis techniques using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 24. The results showed that the variables of product design and electronic word of mouth (e-wom) had no positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, digital marketing and product quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *product design, digital marketing, electronic word of mouth (e-wom), product quality, customer satisfaction.*