Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Online Customer Review* Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace Shopee* Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2022 Universitas Tribhwuana Tunggadewi Malang

Rosalia Apri Linda[1], Drs, R Y Susanto, SE., MAB[2], Imam Hidayat, SE., MM[3]
Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
Email: rarosaliaaprilindaa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengklarifikasi bagaimana *digital marketing* dan *online costumer review* memengaruhi loyalitas konsumen di *marketplace Shopee*. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan eksploratif. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi angkatan 2022. Pendekatan purposive sampling digunakan untuk memilih sampel sebanyak 73 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dan analisis regresi linier berganda dilakukan menggunakan SPSS. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* dan *online costumer review* secara signifikan dan positif memengaruhi loyalitas pelanggan, baik sebagian maupun secara bersamaan. Lebih lanjut, temuan koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel ini dapat menjelaskan 74,3% loyalitas pelanggan, dengan faktor tambahan di luar model penelitian yang memengaruhi sisanya. Hasil ini menunjukkan bahwa, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor e-commerce, mengendalikan ulasan pelanggan yang dapat dipercaya dan memperkuat teknik *online costumer review* merupakan elemen penting dalam memupuk loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Online Customer Review,* Loyalitas Konsumen.

"The Influence of Digital Marketing and Online, Customer Reviews on Consumer Loyalty in the Shopee Marketplace: A Study on Management Students at the Faculty of Economics, Class of 2022, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang"

Rosalia Apri Linda[1], Drs, R Y Susanto, SE., MAB[2], Imam Hidayat, SE., MM[3]
Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
Email: rarosaliaaprilindaa@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research is to examine and clarify the influence of digital marketing and online customer reviews on customer loyalty within the Shopee marketplace. This study employs a quantitative and exploratory methodology. The research population consists of students from the Management Study Program at Tribhuwana Tunggadewi University, class of 2022. A purposive sampling approach was utilized to select a sample of 73 respondents. Data were collected using questionnaires that had been tested for validity and reliability, and multiple linear regression analysis was performed using SPSS.

The research findings indicate that digital marketing and online customer reviews significantly and positively affect customer loyalty, both partially and simultaneously. Furthermore, the coefficient of determination reveals that these two variables account for 74.3% of customer loyalty, with the remaining percentage influenced by additional factors outside the scope of this model. These results suggest that, in the face of intensifying competition in the e-commerce sector, managing credible customer feedback and strengthening online customer review strategies are essential elements in fostering customer loyalty.

Keywords: *Digital Marketing, Online Customer Review, Consumer Loyalty*.