

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RINVITATION.ID

Hasna Aufa Kamila¹, Deni Solihin²

Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Internasional Women University¹

Dosen Pembimbing, Internasional Women University²

Email: kamilahasnaaufa@gmail.com¹, denisolihin08@gmail.com²

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study aims to analyze the influence of digital marketing and service quality on customer satisfaction at Rinvitation.id. The research uses a quantitative approach with survey methods and data analysis using SPSS. The population in this study were customers of Rinvitation.id, with a total sample of 100 respondents. The data were tested using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2). The results showed that digital marketing (X1) and service quality (X2) had a significant effect both partially and simultaneously on customer satisfaction (Y). The contribution of the two independent variables to customer satisfaction was 62.3%, while the remaining 37.7% was influenced by other factors not examined. Thus, digital marketing and service quality are proven to play an important role in increasing customer satisfaction at Rinvitation.id.</i> Keyword: Digital marketing, Service quality, Customer satisfaction Abstrak <i>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rinvitation.id. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta analisis data menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rinvitation.id dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengolahan data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kontribusi kedua variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebesar 62,3%, sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, digital marketing dan kualitas pelayanan terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Rinvitation.id.</i> Kata Kunci: Digital marketing, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk industri undangan digital yang saat ini semakin berkembang di Indonesia. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah Rinvitation.id. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan dituntut untuk dapat memanfaatkan strategi digital

marketing yang efektif serta memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam menentukan keberlangsungan suatu bisnis. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan tercipta apabila kinerja suatu produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, digital marketing dan kualitas pelayanan menjadi dua aspek penting yang harus dikelola dengan baik untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Rumusan masalah penelitian ini mencakup: (1) pengaruh digital marketing terhadap kepuasan pelanggan, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) pengaruh simultan digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian adalah pelanggan Rinvitation.id. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5. Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Seluruh item pernyataan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel dan reliabel dengan Cronbach's Alpha $> 0,70$.

Analisis data meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t , uji F , dan koefisien determinasi (R^2).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan: $Y = 5,214 + 0,421X_1 + 0,367X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil uji t menunjukkan bahwa digital marketing (t hitung = 5,432; sig = 0,000) dan kualitas pelayanan (t hitung = 4,987; sig = 0,000) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji F (F hitung = 78,213; sig = 0,000) menunjukkan bahwa digital marketing dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai $R^2 = 0,623$ yang berarti 62,3% kepuasan pelanggan dipengaruhi kedua variabel ini, sisanya 37,7% dipengaruhi faktor lain.

Pembahasan memperkuat hasil bahwa strategi digital marketing dan kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, sejalan dengan teori Kotler & Keller (2016) serta penelitian terdahulu.

D. KESIMPULAN

1. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rinvitation.id.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rinvitation.id.
3. Digital marketing dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 62,3%.

Implikasi penelitian: Rinvitation.id perlu mengoptimalkan strategi digital marketing dan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 112–120.
- Pratama, R. (2022). Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.