

ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) (2019) yang dalam hasil surveinya, APJII menunjukkan bahwa sejak tahun 2016 – 2018 pengguna internet terus mengalami peningkatan Meningkatnya jumlah pemakai jasa layanan internet dari tahun ke tahun, berdampak kepada banyaknya perusahaan penyedia jasa layanan internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui strategi penjualan Indihome Di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu kausalitas, Populasi penelitian ini semua pelanggan Indihome di Kota Surabaya, sampel yang digunakan Teknik simple random sampling. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Digital Marketing berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Surabaya, hal ini berarti bahwa semakin baik digital marketing yang dilakukan oleh indihome mampu meningkatkan loyalitas pelanggan di Kota Surabaya, Digital Marketing berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Strategi Penjualan Indihome Di Kota Surabaya dalam hal ini strategi penjualan yang dilakukan oleh indihome dapat memperkuat pengaruh digital marketing terhadap loyalitas pelanggan indihome di kota Surabaya

Kata kunci: Digital Marketing, Strategi Penjualan, Loyalitas Pelanggan.