

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk dan *Digital Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Galeri KUMKM Belitung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling*, dengan cara *incidental sampling*. Pengujian Instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk dan *digital marketing* baik secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Selain itu besarnya pengaruh keragaman produk dan *digital marketing* terhadap loyalitas pelanggan secara simultan sebesar 55,1% dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 15,2% dan pengaruh *digital marketing* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 39,9%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Keragaman Produk, *Digital Marketing*, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Product Diversity and Digital Marketing on Customer Loyalty at the Belitung KUMKM Gallery. This study uses descriptive and verification methods with a total sample of 83 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling, by means of incidental sampling. Testing The research instrument uses validity and reliability tests. Analysis of the data used is using multiple linear regression analysis, and multiple correlation analysis, analysis of the coefficient of determination.*

*The results of the study show that product diversity and digital marketing both simultaneously and partially have a significant effect on loyalty. In addition, the influence of product diversity and digital marketing on customer loyalty simultaneously is 55.1% and the remaining 44.9% is influenced by variables not examined. Partially the influence of product diversity on customer loyalty is 15.2% and the influence of digital marketing on customer loyalty is 39.9%, so it can be given that digital marketing can have the greatest influence on customer loyalty.*

**Keywords: Product Diversity, Digital Marketing, Customer Loyalty**