

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi menghasilkan sarana yang dapat menunjang pekerjaan manusia seperti *smartphone*. *Smartphone* yang serbaguna, portabel, dan dapat diakses sepanjang waktu, menjadi alasan utama konsumen membeli barang ini. Dengan adanya pandemi *covid-19* yang menyebabkan resesi global serta mayoritas masyarakat di Indonesia mengalami perubahan kegiatan akibat pembatasan sosial yaitu *work from office* menjadi *work from home* serta pembelajaran secara daring, masyarakat dituntut untuk memiliki sarana penunjang yaitu *smartphone*. Selain itu konsumen saat ini juga dinilai tidak terkesan lagi dengan inovasi dan mode-model terbaru. Fitur kamera dan kualitas koneksi kini tidak cukup untuk menarik konsumen mengeluarkan uang untuk membeli ponsel pintar baru. Oleh sebab itu konsumen akan semakin selektif dalam memilih sebuah merek sehingga memaksa untuk perusahaan memikirkan kembali strategi yang efektif untuk memenangkan pangsa pasar. Studi ini mengevaluasi peran komponen Marketing 4.0 dalam memaksimalkan kepuasan pelanggan dan memengaruhi niat beli Kembali dengan keempat komponen tersebut yaitu: Identitas Merek, Citra Merek, Integritas Merek, dan Interaksi Merek untuk mendukung pemasaran sebuah perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* di Kota Semarang yang mengetahui dan pernah membeli *smartphone* serta mengetahui adanya atribut atribut pemasaran 4.0. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden dan dipilih dengan *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari data kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan *structural equation modelling* atau SEM.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *marketing 4.0* pada *Smartphone* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli kembali dan kepuasan pelanggan mampu memberikan pengaruh yang signifikan dalam memediasi *marketing 4.0* terhadap niat beli kembali.

Kata kunci : *Marketing 4.0, Customer satisfaction, Repurchase intention*