

ABSTRAK

Air, sebagai elemen vital yang dibutuhkan oleh semua entitas hidup, termasuk manusia, merupakan kebutuhan pokok yang tak tergantikan dalam ekosistem global saat ini. Kehadirannya memiliki peran yang krusial dalam menjaga kelangsungan hidup manusia. Sebagai hasilnya, tanggung jawab pengelolaan air secara menyeluruh jatuh pada tangan pemerintah sebagai pengatur utama dalam hal ini.

Dasar dilakukannya penelitian ini adalah karena adanya *research gap* dan untuk memperkuat teori-teori mengenai *digital marketing* terhadap kepuasan pelanggan serta digital marketing dan kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah “*explanatory research*” yang menyoroti pengaruh antara faktor-faktor penelitian melalui pengujian hipotesis. peneliti membagikan 180 kuesioner kepada 180 responden hasil pengundian. Seratus tiga puluh kuesioner tersebut kemudian diteliti kelengkapannya hingga menunjukkan hanya 151 kuesioner yang memiliki data yang layak digunakan untuk penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan meningkatkan loyalitas pelanggan PDAM, dibutuhkan suatu metode pemasaran yang tepat yaitu menggunakan metode *digital marketing*. Loyalitas pelanggan dibangun berdasarkan dua variabel, yaitu kepuasan pelanggan dan citra perusahaan. Meningkatnya jumlah keluhan pelanggan menunjukkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Semarang. Upaya menurunkan keluhan pelanggan dilakukan melalui komunikasi dengan pelanggan.

Keyword: Digital Marketing, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan