

ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PT HADJI KALLA TOYOTA PAREPARE

Renaldi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* pada PT Hadji Kalla Toyota Parepare. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif atau lebih tepatnya *authorized main dealer* untuk *brand* mobil Toyota di wilayah Sulawesi dan sekitarnya. Penelitian ini dilakukan di kantor PT Hadji Kalla Toyota Cabang Parepare, Sulawesi Selatan. Jenis penelitian ini secara deskriptif kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode *Purpose Sampling* dan banyaknya sampel yang digunakan adalah 51 responden atau *customer* PT Hadji Kalla Toyota Parepare. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dan observasi. Pengolahan data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0 dan alat yang digunakan untuk memperoleh hasil numerik adalah analisis deskriptif dan uji instrument, penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas dan uji mean aritmatik. Hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan PT Hadji Kalla Toyota Parepare tergolong baik dengan hasil uji reabilitasnya sebesar 0,875 lebih besar dari reabilitas minimum.

Kata Kunci: *Strategi, Digital Marketing*

22/11/21


DIGITAL MARKETING STRATEGY ANALYSIS ON PT HADJI KALLA TOYOTA PAREPARE

Renaldi

Abstract

This study aims to analyze the digital marketing strategy at PT Hadji Kalla Toyota Parepare. This company is a company engaged in the automotive sector or more precisely the authorized main dealer for the Toyota car brand in the Sulawesi region and its surroundings. This research was conducted at the office of PT Hadji Kalla Toyota Parepare Branch, South Sulawesi. This type of research is descriptive quantitative with the sampling method using the Purpose Sampling method and the number of samples used are 51 respondents or customers of PT Hadji Kalla Toyota Parepare. The analysis carried out in this study used a questionnaire/questionnaire and observation. The data processing of this research uses the SPSS version 22.0 application and the tools used to obtain numerical results are descriptive analysis and instrument testing, this study includes validity tests, reliability tests and arithmetic mean tests. The results of data analysis carried out in this study indicate that the strategy carried out by PT Hadji Kalla Toyota Parepare is classified as good with the reliability test results of 0.875, which is greater than the minimum reliability.

Keywords: *Strategy, Digital Marketing*