

**ABSTRAK**

**Nanda Maulidia Dwi Setyaningrum (1950210187), “Analisis Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa Pelaku Bisnis (Studi Mahasiswa MBS IAIN Kudus Angkatan 2019)”.**

Dalam era digital seperti saat ini, membangun loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting dalam pemasaran melalui media digital di kalangan mahasiswa pelaku bisnis. Digital marketing memberikan keuntungan yang signifikan dalam membangun brand awareness, interaksi pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan : (1) Untuk menganalisis implementasi digital marketing yang diterapkan oleh pelaku bisnis mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, (2) untuk mengetahui kendala yang dialami oleh pebisnis online di kalangan mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 dalam menjalankan digital marketing, (3) untuk mengetahui solusi dalam menghadapi kendala digital marketing yang dilakukan oleh pelaku bisnis mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019.

Penelitian ini merupakan penelitian yang tergolong dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian dengan pendekatan Kualitatif. Adapun subyek pada penelitian ini adalah mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 yang telah memiliki bisnis. Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung untuk memperoleh data mengenai digital marketing yang dijalankan dan bagaimana strategi membangun loyalitas pelanggan melalui digital.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Strategi digital marketing yang digunakan pelaku bisnis online mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 dalam mempromosikan produknya termasuk menggunakan media sosial: Instagram, Facebook, Twitter, dan WhatsApp. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pelaku bisnis online mahasiswa MBS IAIN Kudus melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan juga memberikan program-program loyalty. (2) Kendala penerapan *Digital Marketing* pada pelaku bisnis online mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 adalah persaingan yang ketat, keterbatasan anggaran, spamming, dan keterbatasan akses internet, dan (3) Solusi untuk kendala penerapan *Digital Marketing* pada pelaku bisnis online mahasiswa MBS IAIN Kudus angkatan 2019 yaitu mengembangkan strategi pemasaran, mengoptimalkan penggunaan kuota, memperhatikan frekuensi upload konten, dan mengoptimalkan format konten digital.

**Kata Kunci : Digital Marketing, Membangun Loyalitas, Bisnis Mahasiswa**