

ABSTRAK

Keanekaragaman budaya Indonesia adalah suatu bentuk kekayaan yang dijadikan sebagai kekuatan yang harus dilestarikan dan dijaga oleh masyarakat. Salah satu bentuk keragaman budaya Indonesia adalah batik. Setiap daerah memiliki karakteristik atau ciri khas pada motif batiknya, sehingga hal tersebut dapat mendatangkan peluang untuk menciptakan daya tarik dan daya saing. Daya saing mempunyai makna sebagai kekuatan untuk menjadi berbeda atau mempunyai kelebihan tertentu dibandingkan yang lain. Keunggulan suatu usaha timbul dari manfaat yang diwujudkan bagi para konsumennya. Penciptaan nilai pada suatu perusahaan bisa dilakukan dengan menerapkan *brand image* yang tepat. *Brand image* yang kuat dapat mempengaruhi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Seiring dengan perkembangan teknologi digital semakin pesat, banyak aktivitas pemasaran yang dilakukan secara online. Oleh sebab itu, suatu usaha harus pandai dalam merencanakan, menerapkan, dan mengelola pemasaran digitalnya. Pemasaran digital (*digital marketing*) telah menjadi komponen yang berpengaruh pada aktivitas usaha dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh *digital marketing* dan *brand image* terhadap peningkatan daya saing pada usaha batik “5etretanan” Banyuates, Sampang. Metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, yang diujikan menggunakan SPSS 26. Analisis regresi linier berganda meliputi uji instrumen data (uji uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji F dan uji t), dan uji koefisien determinasi.

Kata Kunci: *digital marketing*, *brand image*, daya saing

ABSTRACT

The cultural variety of Indonesia is a resource that the community needs to protect and nurture. It is a strength. Batik is one example of the diversity of Indonesian culture. Every region has unique qualities that are reflected in its batik motif, which can present chances to foster competition and attractiveness. Being able to stand out from the crowd or have an advantage over others is what it means to be competitive. The advantages that a company realizes for its customers are what make it better. Using the correct brand image can help a company create value. A powerful brand image can persuade customers to meet their needs. Online marketing is becoming more and more common as digital technology advances quickly. For this reason, a company needs to be adept at organizing, carrying out, and overseeing its digital marketing. The use of digital marketing in business operations has grown to be significant in raising corporate performance.

The study's goal was to investigate how brand image and digital marketing affect the level of competition in the "5etretanan" batik company in Banyuates, Sampang. quantitative research approach using questionnaires, interviews, and observation as data collection methods. Multiple linear regression analysis is the data analysis technique that is tested with SPSS 26. The validity and reliability tests of the data instrument, the tests for classical assumptions (heteroscedasticity, multicollinearity, and normality), the tests for hypothesis testing (t and F tests), and the determination coefficient test are all included in multiple linear regression analysis.

Keywords: digital marketing, brand image, competitiveness