

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara umum mengenai *Digital Marketing* dan *Corporate Image* pada PT AHM. Berdasarkan analisis yang dilakukan penelitian untuk variabel *Corporate Image* dalam *indicator personality* lebih ditingkatkan lagi agar konsumen lebih tertarik dalam kenyamanan serta kepercayaan konsumen yang harus dapat dijaga oleh perusahaan PT AHM dan selalu menginformasikan kepada konsumen bila mana ada produk baru yang dikeluarkan oleh PT AHM maupun menginformasikan secara langsung kepada pelanggan bisa juga secara *online*.

Dari hasil penelitian bahwa pengaruh *Digital Marketing* terhadap *Corporate Image* berperuh besar hanya sebesar 15,1% oleh karena itu sebaiknya perusahaan PT AHM lebih memperbaiki lagi *Digital Marketing* sehingga dapat meningkatkan penjualan terhadap kosumen.

Kata kunci : *Digital Marketing, Email Marketing, Corporate Identity, Corporate Image*