

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand image dan customer experience terhadap customer satisfaction pada pelanggan outlet J.CO Donuts Buah Batu, Kota Bandung. Dalam era persaingan bisnis yang ketat, perusahaan perlu membangun citra merek yang kuat dan memberikan pengalaman pelanggan yang positif guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan J.CO Buah Batu. Variabel yang diteliti meliputi brand image, customer experience, dan customer satisfaction. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik brand image maupun customer experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction, baik secara parsial maupun simultan. Faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan adalah pengalaman emosional pelanggan selama berinteraksi dengan merek (dimensi feel) dan persepsi terhadap citra produk (product image). Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi J.CO dalam merancang strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: brand image, customer experience, customer satisfaction, J.CO Donuts, kepuasan pelanggan.