

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh brand image dan special event terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Objek dalam penelitian ini adalah PT. PZ Cussons Indonesia di Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk Cussons Baby. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuisioner sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan special event berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil juga menunjukkan bahwa brand image dan special event secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Brand Image, Special Event, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to find out whether there is an influence of brand image and special events on customer satisfaction both partially and simultaneously. The object in this study is PT. PZ Cussons Indonesia in Sidoarjo. The population in this study was all consumers who purchased Cussons Baby products. The data used in this study is primary data using questionnaires as many as 100 respondents. The data analysis method used in this study is Multiple Linear Regression Analysis. The results showed that brand image has a partial effect on customer satisfaction and special event have a partial effect on customer satisfaction. The results also showed that brand image and special events simultaneously affect customer satisfaction

Keywords: Brand Image, Special Event, Customer Satisfaction