

ABSTRAK

Nama : Mulyanur
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Donat J.CO Di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada donat J.CO di Kota Lhokseumawe. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan donat J.CO di kota Lhokseumawe dan sampel yang digunakan sebanyak 105 konsumen yang dipilih dengan menggunakan *non probability sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap responden yang merupakan pelanggan J.CO di Lhokseumawe. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam industri makanan dan minuman, strategi pemasaran yang terintegrasi antara pencitraan merek, promosi yang menarik, dan kualitas produk yang baik merupakan kunci utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Mulyanur
Study program : Manajemen
Title : *The Influence of Brand Image, Promotion, and Product Quality on Customer Satisfaction of J.CO Donuts in Lhokseumawe City*

This study aims to determine the effect of brand image, promotion, and product quality on customer satisfaction of J.CO donuts in Lhokseumawe City. The data used in this study is primary data. The population in this study consists of all consumers or customers of J.CO in Lhokseumawe, with a sample of 105 respondents selected using non-probability sampling. The method used is a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to J.CO customers in Lhokseumawe. The data analysis technique used is linear regression. The results indicate that partially and simultaneously, all three independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings suggest that in the food and beverage industry, marketing strategies that integrate attractive brand image, effective promotions, and good product quality are key factors in increasing customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Product Quality, Customer Satisfaction.*