

INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *Brand Experience* terhadap kepuasan konsumen pada kategori produk air mineral yang kini sudah dipenuhi oleh berbagai macam perusahaan yang tergiur pada konsumen air mineral yang sudah sedemikian besarnya. *Brand Experience* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Semakin baik *brand experience* yang dilakukan oleh Danone *Group*, semakin meningkat kepuasan konsumen terhadap produk Aqua yang ditawarkan oleh Danone *Group*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi untuk menguji pengaruh *brand experience* terhadap kepuasan konsumen. Sampel yang dibutuhkan adalah 72 orang dengan kriteria responden adalah mahasiswa Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada dan sebagai konsumen air mineral merek Aqua.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan kuat antara *brand experience* terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,798. Persamaan regresi dari *brand experience* terhadap kepuasn konsumen adalah $Y = 6,312 + 0,606X$. *Brand experience* berpengaruh 63,7% terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Brand Experience*, Kepuasan Konsumen, Analisis Regresi

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the effect of Brand Experience to Customer Satisfaction in the mineral water product category taht is now filled by variety of companies who are interest to consumers of mineral water. Brand experience can affect a customer satisfaction on one product. The better brand experience that Danone Group does, the higher the customer satisfaction toward mineral water that are offered.

This research is a quantitative-based research taht uses regression analysis to test the effect of brand experience on customer satisfaction. A seventy two people's with respondent criteria, which are students who were active in campus of Department Economics and Business, Vocational College of University Gadjah Mada and who had ever consumed Aqua product, are chosen to be the sample of this research.

The result of this research shows that there is a positive and strong effect between in brand experience toward customer satisfaction is 0,798. A linier regression has an equation from $Y = 6,312 + 0,606X$. Brand experience effect on customer satisfaction is 63,7%.

Keyword : Brand Experience, Customer Satisfaction, Regression analysis.