

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *DIGITAL MARKETING*, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ALHANAN *LAUNDRY* LUMAJANG

ABSTRAK

Alhanan *Laundry* Lumajang merupakan bisnis jasa cuci pakaian yang memberikan berbagai kemudahan, seperti layanan antar-jemput gratis, opsi pembayaran digital, serta hasil cucian yang harum dan bersih. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi bagaimana *brand image*, *digital marketing*, dan atmosfer toko memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam studi ini, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 80 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan pengujian terhadap hipotesis dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *digital marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, atmosfer toko tidak memberikan dampak yang berarti dalam memengaruhi tingkat kepuasan tersebut. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,908 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam kepuasan pelanggan hingga 90,8%. Sebaliknya, terdapat 9,2% dari variasi dalam kepuasan pelanggan yang berasal dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi pada penelitian ini. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat *brand image* dan mengoptimalkan strategi *digital marketing* menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada layanan Alhanan *Laundry* Lumajang.

Kata kunci: *brand image*, *digital marketing*, atmosfer toko, kepuasan pelanggan, Alhanan *Laundry*.

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, DIGITAL MARKETING, AND STORE
ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT ALHANAN LAUNDRY
LUMAJANG***

ABSTRACT

Alhanan Laundry Lumajang is a laundry service business that provides various conveniences, such as free pick-up and delivery services, digital payment options, and fragrant and clean laundry results. This study aims to evaluate how brand image, digital marketing, and store atmosphere affect customer satisfaction levels. A quantitative approach was used in this study, with data collection carried out by distributing questionnaires to 80 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, while hypothesis testing was carried out using the multiple linear regression method. The results of the study indicate that brand image and digital marketing strategies have a significant influence on customer satisfaction. On the other hand, store atmosphere does not have a significant impact on influencing the level of satisfaction. The large value of the coefficient of determination (R^2) of 0.908 indicates that the three independent variables are able to explain variations in customer satisfaction up to 90.8%. Meanwhile, the remaining 9.2% is influenced by other factors not included in the regression model used in this study. Therefore, efforts to strengthen brand image and optimize digital marketing strategies are the main keys to increasing customer satisfaction in Alhanan Laundry Lumajang services.

Keywords: *brand image, digital marketing, store atmosphere, customer satisfaction, Alhanan Laundry.*