

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Image dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada brand lokal ISOOS STUDIOS. Dalam era digital dan persaingan bisnis yang semakin ketat, citra merek dan strategi promosi menjadi elemen penting untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan. ISOOS STUDIOS merupakan *brand* lokal *streetwear* yang mengusung konsep eksklusif dengan strategi penjualan terbatas tiap musim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada konsumen yang pernah membeli produk ISOOS STUDIOS, baik secara *online* maupun *offline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Meskipun terdapat ketidaksesuaian antara kualitas produk dan harga, promosi yang menarik dan citra merek yang kuat mampu mendorong minat beli dan loyalitas konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi bagi ISOOS STUDIOS untuk lebih meningkatkan kualitas produk serta konsistensi dalam strategi promosi dan pencitraan merek guna mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah tingginya persaingan industri fashion lokal.

Kata kunci: *Brand Image*, promosi, kepuasan konsumen, ISOOS STUDIOS, *fashion* lokal.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Brand Image and promotion on consumer satisfaction with the local fashion brand ISOOS STUDIOS. In today's digital era and increasingly competitive business landscape, brand image and promotional strategies are key elements in building customer loyalty and satisfaction. ISOOS STUDIOS is a local streetwear brand that adopts an exclusive concept by releasing limited collections each season. This research applies a quantitative approach using survey methods targeting consumers who have purchased ISOOS STUDIOS products either online or offline. The results show that both Brand Image and promotion have a positive and significant impact on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. Although some consumers perceive a mismatch between product quality and price, strong brand perception and effective promotions encourage purchase interest and customer loyalty. The findings suggest that ISOOS STUDIOS should further improve product quality and maintain consistent branding and promotional efforts to enhance customer satisfaction in the highly competitive local fashion industry.

Keywords: *Brand Image, promotion, consumer satisfaction, ISOOS STUDIOS, local fashion.*