# ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat Pengaruh Kesadaran Mode, Citra Merek, dan Pengetahuan Produk secara parsial dan simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Prosedur penelitian menggunakan analisa regresi linier berganda dengan jumlah ukuran sampel sebesar 92 responden. Temuan yang dihasilkan bahwa kesadaran mode berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *brand* Hvntart Kediri secara parsial sebesar 2,976 satuan dengan signifikansi 0,004

< 0,05. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hvnart Kediri secara parsial sebesar 2,311 satuan dengan signifikansi 0,023 < 0,05. Pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *brand* Hvnart Kediri secara parsial sebesar 1,860 satuan dengan signifikansi 0,066 > 0,05. Kesadaran Mode, Citra Merek, dan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *brand* Hvntart Kediri secara simultan sebesar 5,001 dengan signifikansi 0,003 < 0,05.

Kata kunci : citra merek; hvntart; kepuasan; kesadaran mode; pengetahuan produk