

ABSTRAK

Dyandra Global Edutainment (DGE) merupakan salah satu promotor konser terkemuka di Indonesia yang popularitasnya terus meningkat seiring dengan kehadiran artis-artis dari agensi ternama. Keberhasilan DGE dalam menyelenggarakan berbagai konser tidak terlepas dari peran penting *customer experience* yang dirasakan oleh para penonton. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Dyandra Global Edutainment. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei, data dikumpulkan dari 100 responden yang pernah menghadiri konser yang diselenggarakan oleh DGE. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa tiga dimensi utama *customer experience* (*sensory experience*, *emotional experience*, dan *social experience*) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa *customer experience* berkontribusi sebesar 60,5% terhadap kepuasan pelanggan, sementara 39,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata kunci: *Customer Experience*, Dyandra Global Edutainment, *Event Organizer*, Kepuasan Pelanggan.