

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
KRISNA OLEH-OLEH KHAS BALI**

Oleh

Made Adith Mahendra, NIM 2117041222

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen secara simultan maupun secara parsial. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai yang pernah mengunjungi ataupun membeli. Objek pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk mengidentifikasi 100 responden pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, dan teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: citra perusahaan, kepuasan konsumen, dan, kualitas pelayanan,

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CORPORATE IMAGE
ON CUSTOMER SATISFACTION AT
KRISNA OLEH-OLEH KHAS BALI***

By

Made Adith Mahendra, NIM 2117041222

Management Study Program

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality and corporate image on customer satisfaction, both simultaneously and partially. The research design employed is causal quantitative. The subjects of this research are consumers of Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai who have visited or made purchases. The objects of the study are service quality and corporate image. The sampling method used in this research is probability sampling. The technique applied to identify 100 respondents is simple random sampling. A questionnaire was used for data collection, and multiple linear regression analysis was employed for quantitative data analysis. The results of this study indicate that (1) service quality and corporate image have a significant influence on customer satisfaction, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and (3) corporate image has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: corporate image, customer satisfaction, service quality