

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA EDIE ARTA MOTOR
CABANG SINGARAJA**

Oleh

Luh Asrini, NIM 2117041221

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap pelanggan pada Edie Arta Motor cabang Singaraja. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dimana subjek penelitiannya adalah pelanggan Edie Arta Motor Imam Bonjol. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala likert, yang kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Edie Arta Motor cabang Singaraja, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Edie Arta Motor cabang Singaraja, dan (3) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Edie Arta Motor cabang Singaraja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik serta citra perusahaan yang positif berperan penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan dan penguatan citra perusahaan yang konsisten dapat dijadikan sebagai strategi utama dalam membangun loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND COMPANY IMAGE ON
CUSTOMER SATISFACTION AT EDIE ARTA MOTOR
SINGARAJA BRANCH**

BY

**Luh Asrini, NIM 2117041221
Management Departement**

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality and corporate image on customers at the Edie Arta Motor branch in Singaraja. The study employed a quantitative approach, with Edie Arta Motor Imam Bonjol customers as the subjects. The sampling method used was non-probability sampling and purposive sampling, with a sample size of 130 respondents. The data collection instrument was a Likert-scale questionnaire, which was then analyzed using multiple linear regression. The analysis results indicate that:

(1) service quality and corporate image influence customer satisfaction at the Edie Arta Motor branch in Singaraja; (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Edie Arta Motor branch in Singaraja; and (3) corporate image has a positive and significant effect on satisfaction at the Edie Arta Motor branch in Singaraja. The findings of this study indicate that good service quality and a positive corporate image play a crucial role in creating a satisfying customer experience. Therefore, continuously improving service quality and consistently strengthening corporate image can be a key strategy for building loyalty and enhancing customer satisfaction in the long term.

Keywords: Service Quality, Company Image, Customer Satisfaction