

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BANK BRI CABANG KINTAMANI**

**Oleh**  
**Ni Kadek Yunda Cahynti, NIM 2217041218**  
**Program Studi S1 Manajemen**  
**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Kintamani. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Kintamani yang melakukan transaksi dalam satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala *Likert* dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI Cabang Kintamani. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten serta penguatan citra merek yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pihak manajemen Bank BRI Cabang Kintamani diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat *brand image* guna menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, *brand image*, kepuasan pelanggan

# **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AT BRI BANK KINTAMANI BRANCH**

**By**  
**Ni Kadek Yunda Cahynti, NIM 2217041218**  
**Study Program SI Management**  
**Management Major**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of service quality and brand image on customer satisfaction at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kintamani Branch. This study used a quantitative approach with a causal associative research design. The population in this study was all customers of Bank BRI Kintamani Branch who made transactions within the past year. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank BRI Kintamani Branch. These findings indicate that consistent improvements in service quality and strengthening a positive brand image can increase customer satisfaction. Therefore, the management of Bank BRI Kintamani Branch is expected to continue improving service quality and strengthening its brand image to create optimal customer satisfaction.*

**Keywords:** Service Quality, brand image, customer satisfaction

