

ABSTRAK

Iiona Amanta (01616220003)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK X
KLINIK PALEMBANG TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR**

(xii + 99 halaman; 21 tabel; 1 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan di X klinik Palembang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM), data diperoleh dari 94 responden yang merupakan pelanggan X klinik Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan citra merek yang positif terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap klinik. Selain itu, kepuasan pelanggan memainkan peran sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas pelayanan serta citra merek dengan loyalitas pelanggan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan citra merek untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan jangka panjang. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen X klinik untuk memperkuat strategi layanan dan pemasaran serta menjadi referensi bagi penelitian lanjutan dalam bidang pemasaran jasa dan manajemen kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas, PLS-SEM

Referensi : 70 (2014-2024)

ABSTRACT

Ilona Amanta (01616220003)

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE OF X CLINIC PALEMBANG ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE

(xii + 99 pages; 21 table; 1 appendices)

This study aims to analyze the influence of service quality and brand image on customer loyalty at X klinik Palembang, with customer satisfaction as a mediating variable. Using a quantitative approach and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method, data were collected from 94 respondents who are customers of X klinik Palembang. The results indicate that both service quality and brand image have a positive and significant effect on customer loyalty. High-quality service and a positive brand image enhance customer satisfaction, which in turn strengthens their loyalty to the clinic. Additionally, customer satisfaction serves as a mediator in the relationship between service quality and brand image on customer loyalty. These findings underscore the importance of improving service quality and reinforcing brand image to foster long-term customer satisfaction and loyalty. This study offers practical implications for X klinik management to enhance service and marketing strategies, as well as serving as a reference for further research in the field of service marketing and customer satisfaction management.

Keyword : Service quality, brand image, customer satisfaction, loyalty, PLS-SEM

References: 70 (2014-2024)

