

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of service quality and brand image on customer satisfaction. PT Asuransi Jasindo Syariah of motor Vehicle Division was taken as case study. Primary data were gathered using questionnaire which was distributed to the target respondents. Using a convenience sampling technigied, a total sample of 100 respondents were gathered. Data were analyzed using a multiple regression analysis, the result showed that both service quality and brand image had a significant effect on customer satisfaction. Brand Image was more significant. Suggestion writer is to increase consumer satisfaction can be done by improving and fixing of eight free variable that is still not maximal.*

*Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction, Brand Association Strength, Brand Association Uniqueness, and Consumer Satisfaction.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. PT Asuransi Jasindo Syariah Divisi Kendaraan Bermotor diambil sebagai studi kasus. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dengan menggunakan teknik sampling, sampel total dari 100 responden dikumpulkan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Brand image* lebih signifikan. Saran penulis adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan dan membenahi delapan variabel bebas tersebut yang dirasa masih kurang maksimal.

Kata-kata kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Keunikan Asosiasi Merek, dan Kepuasan Konsumen.

