

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the analysis and measurement, the significance of the significance of service quality and brand image on consumer satisfaction. This study is a census, objects in the population with 250 respondents. The research method used in this study is descriptive analysis. Data analysis techniques which are analytical techniques and multiple linear regression analysis techniques. Visual analysis techniques to determine the relationship between variables, while multiple linear regression techniques to determine the main variables on the dependent variable. The software used to process and analyze data from this study is SPSS version 24.0 . The purpose to be approved in this study is to prove empirical evidence regarding service quality variables and brand image, on customer satisfaction in choosing parking service. Increase the value of the condition variable from service quality and brand image, the opposite is in the good category, so that it also affects, Imagine if your consumer is with service quality and brand image or simultaneous.

Keyword : Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisa dan seberapa besar, pengaruh berikut signifikansi kualitas layanan dan citra merek terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini adalah sensus, jumlahnya objek dalam populasi dengan responden 250. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif metode analisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan teknik analisis regresi linier berganda . Teknik analisis korelasi untuk menentukan hubungan antar variabel, sedangkan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dari penelitian ini adalah SPSS versi 24.0. Tujuan yang ingin disetujui dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan bukti empiris mengenai variabel kualitas layanan dan citra merek, terhadap kepuasan konsumen dalam memilih layanan parkir. Hasilnya menunjukkan bahwa kondisi variabel dari kualitas layanan dan citra merek, berdampak pada Kepuasan Konsumen dalam kategori baik, begitu juga pengaruh secara bersamaan yaitu, bagaimana jika Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan dan citra merek secara bersamaan atau simultan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek , Kepuasan Konsumen.

