

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Klinik Pratama Marga Ayu di Badung, Bali
Nama : I Putu Ogi Atmajaya
NIM : 22311601010
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ABSTRAK

Mengukur kepuasan dalam dunia kesehatan merupakan bagian penting dari proses evaluasi kinerja, dimana tujuan akhirnya adalah memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif berdasarkan kebutuhan masyarakat yang berkunjung. Sebagai penyelenggara pelayanan kesehatan, Klinik Pratama Marga Ayu Badung, Bali yang bergerak di bidang kesehatan harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip umum pelayanan kesehatan. Konsep dari penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat yang dimediasi oleh variabel mediasi. Latar belakang materi yang dijelaskan, yaitu. adanya masalah terkait kualitas layanan dan *brand image* yang kurang terhadap kepuasan masyarakat, dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Klinik Pratama Marga Ayu Badung, Bali.

Rancangan penelitian dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kuisioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk melihat bagaimana gambaran karakteristik setiap variabel yang akan diteliti. pengaruh masing masing variabel.

Dari uji ini akan dilihat mayoritas jawaban dari responden dan data akan ditampilkan dalam bentuk tabel terdistribusi tunggal untuk mengelompokkan karakteristik subjek pada populasi yang diteliti. Berdasarkan kerangka konsep penelitian, maka analisis yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Dari hasil uji deskriptif statistik variabel *Brand Image*, X².4 mendapatkan nilai rata-rata terkecil yaitu 3,83. Melihat hasil penelitian, dapat disarankan untuk melakukan peningkatan kualitas produk di Klinik Pratama Marga Ayu di Badung, Bali.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Title : *The Influence of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Klinik Pratama Marga Ayu in Badung, Bali*
Name : *I Putu Ogi Atmajaya*
NIM : **22311601010**
Consentration : *Marketing Management*

ABSTRACT

Measuring satisfaction in the world of health is an important part of the performance evaluation process, where the ultimate goal is to provide better, more efficient and more effective services based on the needs of the visiting community. As a health service provider, the Pratama Marga Ayu Badung Clinic, Bali, which operates in the health sector, must provide services in accordance with the general principles of health services. The concept of this research is to see the influence of the independent variable on the dependent variable which is mediated by the mediating variable. The background material explained, namely. There are problems related to service quality and a lack of brand image on community satisfaction. Further research was conducted regarding the influence of service quality and brand image on customer satisfaction and loyalty at the Pratama Marga Ayu Badung Clinic, Bali.

The research design in this study uses quantitative research methods with a survey approach. This method allows researchers to collect numerical data that can be analyzed statistically to test research hypotheses. Data collection was carried out by means of questionnaires, observation, interviews and documentation. In this research, descriptive analysis was carried out to see how the characteristics of each variable to be studied were described. the influence of each variable.

From this test, the majority of respondents' answers will be seen and the data will be displayed in the form of a single distributed table to group the characteristics of the subjects in the population studied. Based on the research conceptual framework, the appropriate analysis used in this research is path analysis. From the results of the descriptive statistical test for the Brand Image variable, X2.4 got the smallest average value, namely 3.83. Looking at the research results, it can be recommended to improve product quality at the Pratama Marga Ayu Clinic in Badung, Bali.

Keyword : *Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*