

Nilla Dwi Refanti, 16311092, **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Januari, 2020

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pasien SAM *Skin Clinic*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, subjek penelitian adalah pasien SAM *Skin Clinic* yang sudah melakukan pembelian maupun perawatan secara berulang, dengan jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 108 responden. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, teknik analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan hasil regresi menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, namun tidak ada hubungan antara variabel citra merek terhadap kepuasan pelanggan SAM *Skin Clinic*.

**Kata Kunci** : Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan.

*Nilla Dwi Refanti 16311092, The Effect of Brand Image, Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, January, 2020*

***Abstraction***

*This study aim to analyze the impact of Brand Image, Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction in SAM Skin Clinic Patiens. This study is a quantitative research, the subjects are SAM Skin Clinic patient who have repeated purchase and treatment, with a total sample 108 of respondent. Data retrieval is done by distributing questionnaires to respondents, data analysis techniques used multiple linear regression analysis and the results indicate that there is a relationship between service quality and customer value on customer satisfaction, but there is no relationship between brand image variables on customer satisfaction SAM Skin Clinic.*

***Keyword*** : *Customer Satisfaction, Brand Image, Service Quality and Customer Value*