

**BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA OBJEK WISATA DARAJAT PASS**

Oleh :

Novian Ahmad Purnama

A10140318

Di Bawah Bimbingan :

Deni Hamdani, SE., M.Si

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata Indonesia yang semakin meningkat tiap tahunnya membuat para pemilik objek wisata swasta maupun nasional bersaing untuk saling mendapatkan banyak perhatian dari para pengunjung. *Brand image* dan kualitas pelayanan merupakan hal yang penting agar konsumen memiliki loyalitas terhadap suatu produk atau jasa. Darajat Pass merupakan salah satu objek wisata yang berada di kota Garut. Penelitian ini dilakukan mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang *brand image*, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan pada Darajat Pass Garut dan mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Dengan pemilihan sampel yaitu *purposive sampling* dan menghasilkan sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung yang sudah pernah datang ke Darajat Pass minimal sebanyak satu kali. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan Darajat Pass masing – masing masuk dalam kategori kurang baik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yang dalam perhitungannya menggunakan *software* SPSS 18.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan terjadinya pengaruh yang signifikan antara *brand image* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 68,9% dan 31,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian berdasarkan hasil uji F SPSS 18, $F_{(hitung)} 107,582 > F_{(tabel)} 2,70$, menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan.

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

**BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY IN
DARAJAT PASS TOURISM OBJECT**

By :

**Novian Ahmad Purnama
A10140318**

Under the Guidance of :

Deni Hamdani, SE., M.Si

ABSTRACT

The growth the tourism of Indonesia which is increasing every year makes the owners of private and national tourism objects compete to get a lot of attention from the visitors. Brand image and service quality are important for make consumers loyalty to product or service. Darajat Pass is one of the tourism object placed in Garut city. This research made to find out how respondents respond about brand image, service quality, and customer loyalty in Darajat Pass Garut and find out how much influence the brand image and service quality to customer loyalty.

The method used is descriptive verification method. With the selection of samples that is purposive sampling and produces as many as 100 respondents who are visitors at least once who have ever come to Darajat Pass. Based on descriptive result show that each brand image and service quality falls into the unfavorable category. This study uses multiple linear regression analysis, which in the calculation uses SPSS 18 software.

Based on the results of determination shows a significant influence between brand image (X_1) and service quality (X_2) on customer loyalty (Y) of 68.9% and the other 31.1% from the other variable that didn't include on this research. And based on the F test with SPSS 18 software $F_{count} 107,582 > F_{table} 2,70$, and the results is brand image and service quality have a simultaneously significant influence.

Keywords : Brand Image, Quality Service, Customer Loyalty.