ABSTRAK

Esti Prihattiti, 2016, *Kualitas Pelayanan Hubungan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Alfafa Salon Dan Spa Muslimah Surabaya.*

Saat ini salon muslimah mulai bermunculan di Surabaya,salah satunya adalah Alfafa salon dan spa mulimah. Lokasi salon ini sangat strategis, berada di daerah perkantoran dan di sekitar kampus. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait variabel kualitas pelyanan,*brand image,*dan loyalitas pelanggan. Fokus penelitian ini yaitu, 1.Adakah hubungan secara simultan anatara kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan Alfafa salon dan spa muslimah? 2. Adakah hubungan secara parsial antara kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan Alfafa salon dan spa muslimah ? 3. Variabel apa yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Alfafa salon dan spa muslimah Surabaya ?

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan assosiatif. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dari 84 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *perpusive sampling* kemudian data dianalisis dengan teknik analisa regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* (r^2) adalah sebesar 0,389. Dari nilai r^2 dapat dilihat bahwa loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *brand image* sebesar 0,389. Hal ini berarti loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *brand image* sebesar 38,9% dan sisanya sebesar 61,1 % loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel seperti, harga, kepuasan pelanggan, dan lainnya. Sedangkan uji simultan (Uji F) menunjukkan F_{hitung} 27,435, maka Ho ditolak dan Ha diterima, "kualitas pelayanan dan *brand image* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan berdasarkan uji parsial (uji T) hubungan antara kualiats pelayanan terhadap loyalitas pelanggan meunjukkan nilai kualitas pelayanan sebesar 0,612 hal tersebut berarti kualitas pelayanan tidak mempunyai hubungan terhadap loyalitas pelanggan dan tidak terdapat nilai yang signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan hubungan *brand image* terhadap loyalitas pelangan sebesar 4,727 *brand image* mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas pelanggan dan mempunyai nilai yang signifikan di setiap kenaikan 1% *brand image* terhadap loyaliats pelanggan.

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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id