

***ANALYSIS OF COMPANY IMAGE AND CUSTOMER SATISFACTION IN
IMPROVING CUSTOMER LOYALTY (A CASE STUDY AT ELLA SKINCARE
BEAUTY CLINIC, BANDAR LAMPUNG)***

ABSTRACT

By

Septia Nur Rahmawati

This research aims to analyze the influence of company image and customer satisfaction on enhancing customer loyalty, using a case study approach at Ella Skincare Beauty Clinic in Bandar Lampung. The population in this study consists of 830 Ella Skincare customers, and the sample size is determined using Slovin's calculation, amounting to 218. The results indicate that company image has a positive impact on customer loyalty. A positive company image can increase customer loyalty at Ella Skin Care. Additionally, customer satisfaction also positively influences customer loyalty, where an increase in customer satisfaction contributes to enhancing customer loyalty at Ella Skin Care. Furthermore, both company image and customer satisfaction simultaneously influence customer loyalty. The R² coefficient indicates that the independent variables, namely customer satisfaction and company image, explain 60.4% of the variation in the dependent variable, which is customer loyalty. Meanwhile, 40.1% is influenced by other factors beyond the research model. The implication of these findings underscores the importance of considering company image and customer satisfaction in efforts to enhance customer loyalty in beauty clinics.

Keywords: *company image, customer satisfaction, customer loyalty*

**ANALISIS CITRA PERUSAHAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
DALAM PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI
KASUS PADA KLINIK KECANTIKAN ELLA SKINCARE BANDAR
LAMPUNG)**

ABSTRAK

Oleh

Septia Nur Rahmawati

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan, dengan menggunakan studi kasus pada Klinik Kecantikan Ella Skincare di Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ella Skincare yang berjumlah 830 pelanggan, dan sampel menggunakan perhitungan slovin yaitu sebesar 218. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Ella Skin Care. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, di mana peningkatan kepuasan pelanggan akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan pada Ella Skin Care. Selain itu, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan secara simultan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien R^2 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen, yaitu kepuasan pelanggan dan citra perusahaan, dapat menjelaskan sebesar 60.4% variasi dalam variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan. Sementara itu, sebesar 40.1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Implikasi temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan citra perusahaan dan kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di klinik kecantikan.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan