

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan jamaah umroh dan haji di PT. Karya Imtaq. PT. Karya Imtaq adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Objek penelitian adalah jamaah yang berkunjung dan menggunakan jasa travel umroh dan haji di PT. Karya Imtaq, dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi korelasi, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan jamaah secara simultan adalah sebesar 52%. Sedangkan secara parsial citra merek menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan jamaah. karena berdasarkan perhitungan *standardized coefficients* beta memiliki nilai tertinggi sebesar 30,2 % dibandingkan kualitas pelayanan.

Kata kunci: kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Jamaah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and brand image on the satisfaction of Umrah and Hajj pilgrims at PT. Imtaq's work. PT. Karya Imtaq is a business engaged in the service sector. The research method used is descriptive verification. The object of research is the pilgrims who visit and use the travel services of Umrah and Hajj at PT. Karya Imtaq, with a total sample of 98 respondents. Data analysis used is using correlation regression analysis, multiple correlation and the coefficient of determination.

Based on the results of the analysis of the effect of service quality and brand image on congregation satisfaction simultaneously amounted to 52%. Meanwhile, partially, brand image becomes a variable that has a dominant effect on congregational satisfaction. because based on the calculation of standardized coefficients beta has the highest value of 30.2% compared to service quality.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Congregation Satisfaction