

## **ABSTRACT**

*Having a shop business in increasing the number of consumers must prioritize customer satisfaction. Customer satisfaction cannot be assessed from the point of view of the store, but it must also be viewed from the customer's point of view there is a shop. So that in planning strategies and services, stores must pay attention to the interests of customers so that customers are satisfied. This research was conducted to determine the effect of service quality and store image on customer satisfaction both directly and indirectly. The population in this study were Islamic boarding school students at MA-Matholi, ul Anwar Simo. The sample size was determined as many as 100 people. The method of taking uses questionnaires / questionnaires and interviews. The purpose of this study was to determine the magnitude of the effect of service quality (X1) and Store Image (X2) on customer satisfaction (Y) by using method Cluster Sampling to determine the respondent's response to the variable. Then an analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis includes tests of validity and reliability, hypothesis testing through F test and T test and classical assumption test. The data analysis method used in this study uses multiple linear regression analysis. The results showed that the effect of service quality and store image simulatan on customer satisfaction has a value of influence 24,82% while the value of service quality on customer satisfaction partially has a value of 5,77% and store image value to customer satisfaction partially has a value amounting to 3,86% after it is known that the influence of service quality and store image on customer satisfaction together (simultaneous) has the greatest influence on consumer satisfaction compared to the percent.*

**Keywords** : *Service Quality, Store Image, Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Memiliki usaha toko dalam meningkatkan jumlah konsumen harus mengutamakan kepuasan konsumennya. Kepuasan pelanggan tidak dapat dinilai dari sudut pandang toko saja tetapi juga harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan terhadap toko. Sehingga dalam merencanakan strategi dan pelayanan, toko harus memperhatikan pada kepentingan pelanggan agar pelanggan terpuaskan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah Santri-santri pondok MA-Matholi, ul Anwar Simo. Ukuran sampel ditentukan sebanyak 100 Orang. Metode pengambilan menggunakan angket/kuesioner dan wawancara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan Citra Toko (X2) Terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan metode *Cluster Sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji hipotesis lewat uji F dan uji T dan uji asumsi klasik. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko secara simulatan terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai pengaruh 24,82%. sedangkan nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial memiliki nilai sebesar 5,77% dan nilai citra toko terhadap kepuasan konsumen secara parsial memiliki nilai sebesar 3,86% setelah diketahui maka pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama (simultan) memiliki nilai pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan secara parsial.

Kata Kunci : kualitas Pelayanan, Citra Toko, Kepuasan Konsumen