

ABSTRAK

PENGARUH BRAND EQUITY DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN

Studi Pada Peserta Kursus Bahasa Inggris Lembaga Bahasa
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Brian Stevano
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) pengaruh positif *brand equity* terhadap kepuasan, 2) pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan, 3) pengaruh secara bersama sama *brand equity* dan kualitas layanan terhadap kepuasan, 4) perbedaan kepuasan peserta dari *internal* dan *eksternal* USD. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Peserta Kursus Bahasa Inggris Lembaga Bahasa Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. Tahun 2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan menggunakan *purposive* sampling, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 71 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Teknik pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *brand equity* berpengaruh positif terhadap kepuasan, 2) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, 3) *brand equity* dan kualitas layanan secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan, 4) tidak ada perbedaan persepsi atas kepuasan antara peserta kursus *internal* dan *eksternal* USD.

Kata kunci : brand equity, kualitas layanan, kepuasan.

Abstract

**EFFECT OF BRAND EQUITY AND SERVICE QUALITY ON
SATISFACTION**

**Study On Language Institution English Course Participants
Sanata Dharma University
Yogyakarta**

Brian Stevano
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to determine whether: 1) positive influence of brand equity on satisfaction, 2) positive influence of service quality on satisfaction, 3) jointly influence brand equity and service quality on satisfaction, 4) differences in participant satisfaction from internal and external USD. The population in this study were all participants of the English Language Course at the Sanata Dharma University Language Institute, Yogyakarta. Year 2021. The sampling technique uses purposive sampling, data is obtained by distributing questionnaires to 71 respondents. The data analysis technique in this research is descriptive analysis. The data processing technique uses the application of SPSS 23. The results of this study indicate that: 1) brand equity has a positive effect on satisfaction, 2) service quality has a positive effect on satisfaction, 3) brand equity and service quality jointly affect satisfaction, 4) none differences in perceptions of satisfaction between internal and external USD course participants.

Keywords: brand equity, service quality, satisfaction.