

Kondisi perkembangan industri klinik kecantikan menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi LBC Yogyakarta. Adapun industri kecantikan di Yogyakarta yang eksis di Yogyakarta sebagai berikut Natasha Skin Care & Hari Treatment, Hanna Salon, Johnny Andrean Salon, Puspita Martha Salon, Rudy Hadi Suwarno, Lina gunawan Salon, Larrisa Aesthetic Center, John Salon dan munculnya salon-salon kecantikan lainnya. Dengan demikian, pihak LBC Yogyakarta perlu untuk menjaga, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas konsumennya agar tidak berpindah ke pesaing lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen di LBC Yogyakarta dan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen di LBC Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode survey yakni pengamatan dan penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan obyek tertentu di daerah kelompok komunitas atau lokasi tertentu akan ditelaah. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan LBC Yogyakarta yang berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa/produk (nilai probabilitas t-hitung $(0,004 < \text{Level of Significant } (0,05))$). Hal ini dapat diartikan, jika kepuasan pelanggan meningkat, maka terhadap Loyalitas Konsumen London Beauty Centre (LBC) Yogyakarta juga akan mengalami peningkatan signifikan. Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa/produk (nilai probabilitas t-hitung $(0,001 < \text{Level of Significant } (0,05))$). Hal ini dapat diartikan, jika citra perusahaan meningkat, maka terhadap Loyalitas Konsumen London Beauty Centre (LBC) Yogyakarta juga akan mengalami peningkatan signifikan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen.