

ABSTRAK

Penelitian Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Merek pada Restoran cepat saji KFC, kepuasan konsumen diukur melalui *Attributes related to the product*, *Attributes related to the service*, *Attributes related to the purchase*, kesetiaan merek diukur melalui *habitual behaviour*, *switching cost*, *satisfaction*, *liking of the brand*, dan *commitment*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC di Bandung. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen KFC yang melakukan pembelian ulang lebih dari dua kali di Bandung yang berjumlah 124 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.20.00*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen pada Restoran cepat saji KFC, kepuasan konsumen diukur melalui *Attributes related to the product*, *Attributes related to the service*, *Attributes related to the purchase*, secara signifikan terhadap loyalitas merek KFC di Bandung. Jadi semakin tinggi penerapan strategi kepuasan konsumen, maka akan semakin tinggi pula loyalitas merek. Sedangkan besarnya kepuasan konsumen dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap loyalitas merek sebesar 67,9%.

Kata kunci: kepuasan, loyalitas merek.

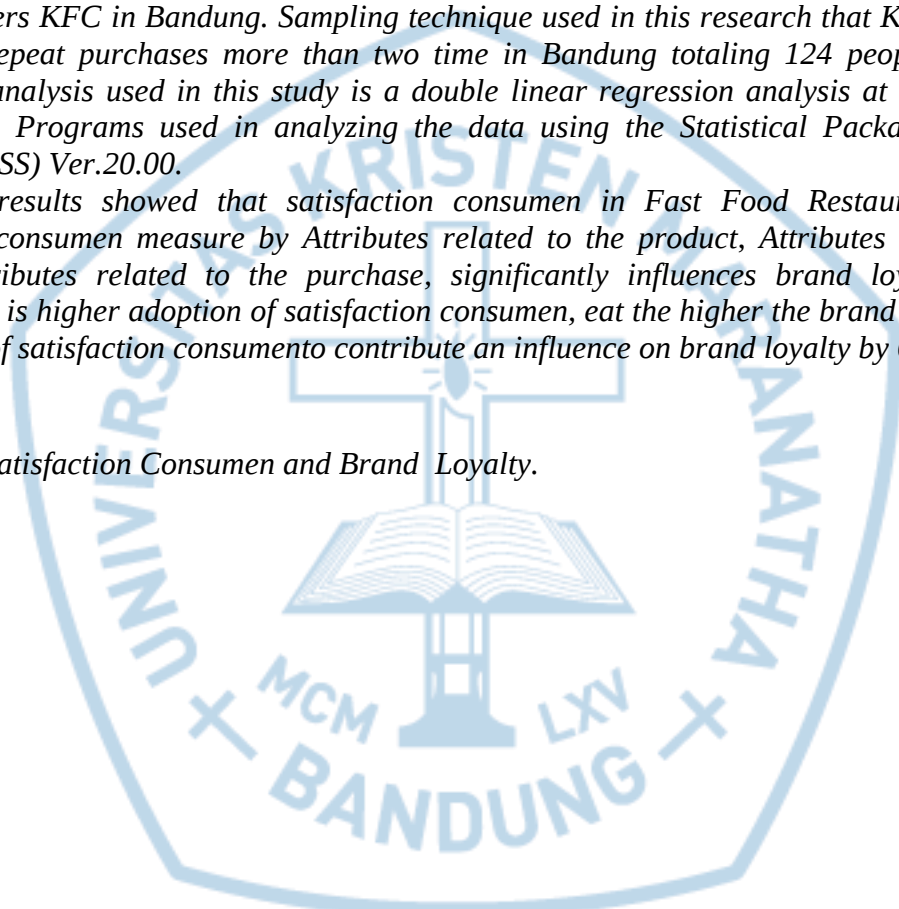
ABSTRACT

This is a research which observes the relationship between customer satisfaction and their loyalty to Fast Food Restaurant in KFC. The customer satisfaction is measured through some attributes such as, attributes related to the product, attributes related to the service, and attributes related to the purchase. Meanwhile, the loyalty of its brand is measured through habitual behaviour, switching cost, satisfaction, liking of the brand and commitment.

The method used in this research is associative method. Population in this research is that consumers KFC in Bandung. Sampling technique used in this research that KFC customers who make repeat purchases more than two time in Bandung totaling 124 people. While the methods of analysis used in this study is a double linear regression analysis at a significance level of 5%. Programs used in analyzing the data using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.20.00.

The results showed that satisfaction konsumen in Fast Food Restaurant in KFC, satisfaction konsumen measure by Attributes related to the product, Attributes related to the service, Attributes related to the purchase, significantly influences brand loyalty KFC in Bandung. So is higher adoption of satisfaction konsumen, eat the higher the brand loyalty. While the amount of satisfaction konsumento contribute an influence on brand loyalty by 67,9%.

Keywords: Satisfaction Consumen and Brand Loyalty.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TITLE PAGE	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN PENELITIAAN PRIMER	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 7
2.1 Teori Penunjang	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pemasaran	7
2.1.3 Kepuasan Konsumen	7
2.1.4 Atribut yang berhubungan dengan <i>Product</i>	11
2.1.5 Atribut yang berhubungan dengan <i>Service</i>	13
2.1.6 Atribut yang berhubungan dengan <i>Purchase</i>	14
2.1.7 Loyalitas Merek	16
2.2 Rerangka Teoritis.....	20
2.3 Rerangka Pemikiran.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Model Penelitian	25
2.6 Pengembangan Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Populasidan Sampel.....	28
3.3.1 POPULASI	28

3.3.2 SAMPEL	28
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7 Uji Instrumen Penelitian	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	35
3.7.3 Uji Normalitas	35
3.8 Metode Analisis Data.....	36
3.8.1 Uji Hipotesis	37
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Profil Responden.....	40
4.1.2 Hasil Tanggapan Responden.....	45
4.1.2.1 Tanggapan Responden tentang <i>Attributes Related to the Product</i> (X1).....	45
4.1.2.2 Tanggapan Responden tentang <i>Attributes Related to the Service</i> (X2).....	50
4.1.2.3 Tanggapan Responden tentang <i>Attributes Related to the Purchase</i> (X3).....	53
4.1.2.4 Tanggapan Responden tentang Loyalitas Merek (Y)	58
4.1.3 Hasil Penelitian	65
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	65
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.1.4.2 Uji Multikolineritas.....	71
4.1.5 Metode Analisis Data.....	72
4.1.5.1 Regresi Linier Berganda	72
4.1.5.2 Uji Hipotesis	74
4.2 Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran	81
5.4 Implikasi Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	20
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	21
Gambar 2.3 Model Penelitian	25



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Riset Empiris	22
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	41
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pembelian Jenis Paket KFC	42
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Kunjungan berapa kali membeli produk KFC ..	43
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 1 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Product.....	44
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 2 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Product.....	45
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 3 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Product.....	46
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 4 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Product.....	47
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 5 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Product.....	48
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 1 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Service	49
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 2 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Service	50
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 3 Mengenai Dimensi Attributes	

	Related to the Service	51
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 1 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Purchase.....	52
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 2 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Purchase	53
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 3 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Purchase	54
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 4 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Purchase	55
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 5 Mengenai Dimensi Attributes Related to the Purchase	56
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 1 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	57
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 2 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	58
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 3 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	59
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 4 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	60
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 5 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	61
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 6 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	62

Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan 7 Mengenai Variabel Loyalitas Merek	63
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attributes Related to the Product</i> (X1)	65
Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attributes Related to the Service</i> (X2)	66
Tabel 4.28	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attributes Related to the Purchase</i> (X3)	66
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y).....	67
Tabel 4.30	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	68
Tabel 4.31	Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.32	Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.33	Hasil Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.34	Hasil Statistik Uji t	75
Tabel 4.35	Hasil Statistik Uji F	77
Tabel 4.36	Hasil Koefisien Determinasi	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil SPSS.....	85
Lampiran Kuesioner	96

