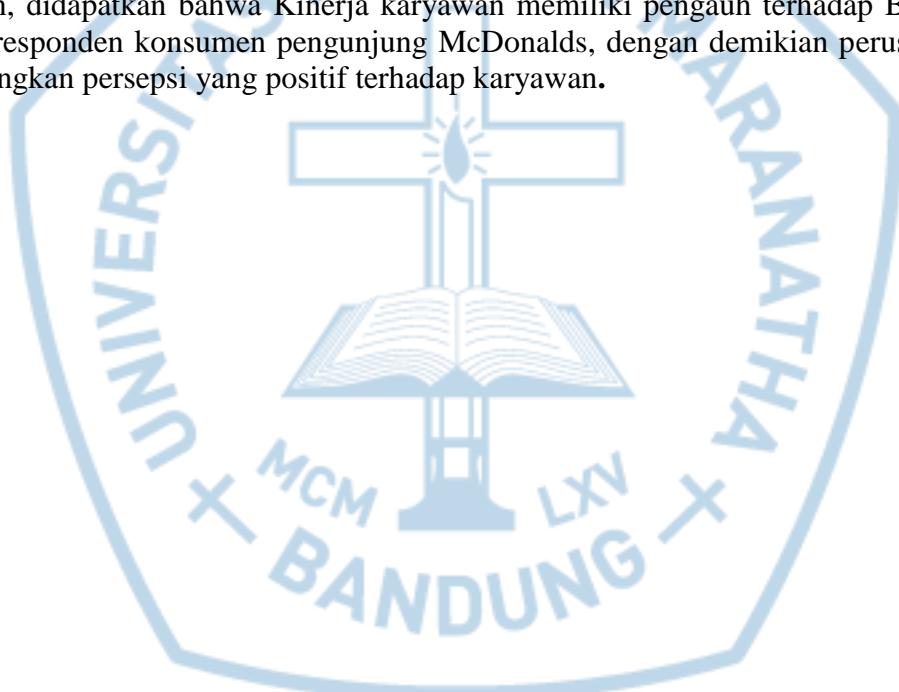


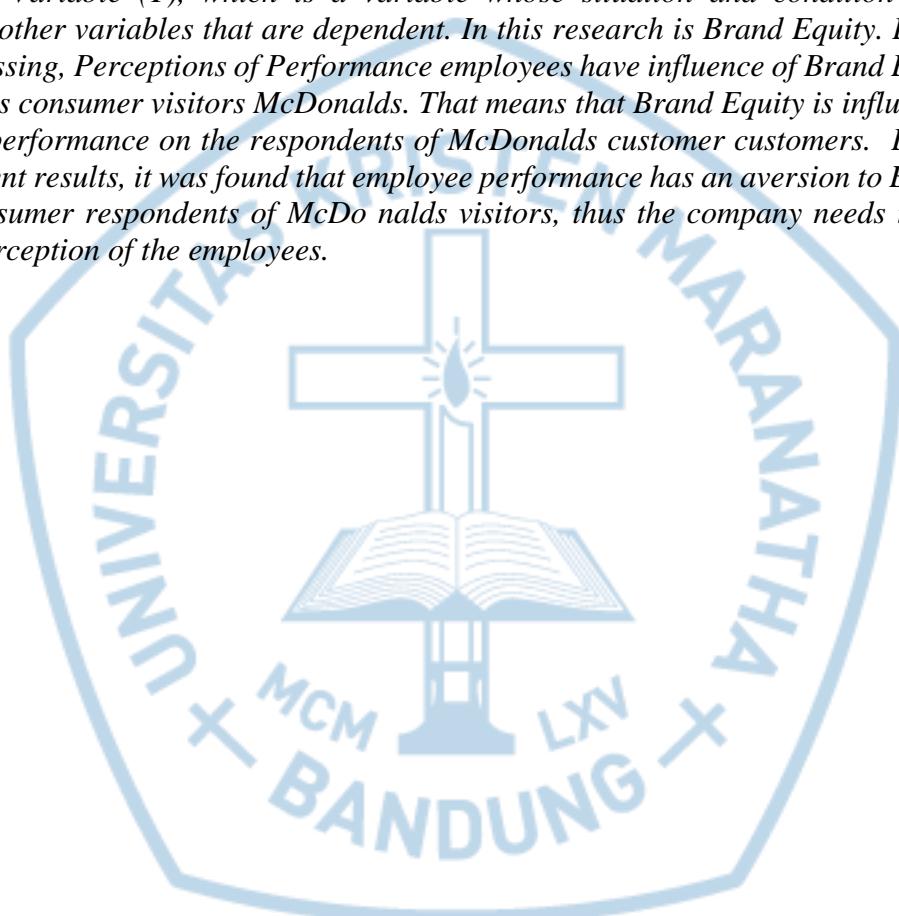
## ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Persepsi pada Karyawan terhadap Brand equity Restoran cepat saji McDonald’s pada masyarakat kota Bandung.” Metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah menggunakan metode causal explanatory, dengan teknik survey. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mengunjungi McDonald’s pada masyarakat kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah mengunjungi McDonald’s pada populasi masyarakat kota Bandung. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Variabel Independen (X) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab suatu hal atau masalah terjadi. Dalam penelitian ini adalah persepsi terhadap karyawan. Variabel Dependen (Y), yaitu variabel yang situasi dan kondisinya tergantung atau dipengaruhi variabel lain yang sifatnya dependen. Dalam penelitian ini adalah Brand Equity. Berdasarkan pengolahan data, Persepsi terhadap Kinerja karyawan memiliki pengaruh terhadap Brand Equity pada para responden konsumen pengunjung McDonalds. Berdasarkan hasil pengukuran, didapatkan bahwa Kinerja karyawan memiliki pengaruh terhadap Brand Equity pada para responden konsumen pengunjung McDonalds, dengan demikian perusahaan perlu mengembangkan persepsi yang positif terhadap karyawan.



## **ABSTRACT**

*Researcher interested to do research on "Analysis of Influence Perception on Employee to Brand equity McDonald's fast food restaurant in Bandung society." The method used by the author in doing this research is using causal explanatory method, with survey technique. The population taken in this study is the community who had visited McDonald's in Bandung city community. The sample in this study is the entire community who had visited McDonald's on population of Bandung city. Sampling method used in this research is non-probability sampling method with purposive sampling method. Independent Variable (X) is a variable that affects or becomes the cause of a thing or problem occurs. In this study is the perception of employees. Dependent Variable (Y), which is a variable whose situation and condition depends or influenced other variables that are dependent. In this research is Brand Equity. Based on the data processing, Perceptions of Performance employees have influence of Brand Equity on the respondents consumer visitors McDonalds. That means that Brand Equity is influenced by the employee performance on the respondents of McDonalds customer customers. Based on the measurement results, it was found that employee performance has an aversion to Brand Equity on the consumer respondents of McDonalds visitors, thus the company needs to develop a positive perception of the employees.*



## DAFTAR ISI

BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	7
1.3.Tujuan Penelitian .....	7
1.4.Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II: TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1. Tinjauan Teori.....	9
2.1.1.Pemasaran Retail.....	9
2.1.2.Bauran Pemasaran Retail .....	11
2.1.3. Brand.....	19
2.1.4. Brand Equity .....	24
2.1.5.Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	25
2.1.6.Kesan Kualitas (Perceived Quality) .....	27
2.1.7.Asosiasi Merek (Association Brand) .....	29
2.1.8.Loyalitas Merek (Loyalty Brand) .....	31
2.1.9.Perilaku Konsumen.....	34
2.1.10. Persepsi .....	44

2.1.11. Persepsi terhadap Karyawan .....	47
2.2. Hasil penelitian sebelumnya .....	55
2.3. kerangka teori.....	56
2.4. Kerangka Pemikiran.....	57
2.5. pengembangan hipotesis .....	57
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....	60
3.1. jenis Penelitian.....	60
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel .....	61
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	62
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.6 Teknik Analisis Data .....	65
3.6.2 Uji Validitas.....	66
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	67
3.6.4 Uji Asumsi Klasik .....	67
3.6.4.1 Uji Normalitas .....	67
3.7. Analisis Regresi linier sederhana.....	68

3.7.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. hasil penelitian .....	71
4.1.1. hasil penelitian berdasarkan data demografis .....	71
4.1.2. Uji Deskriptif .....	74
4.1.2.1. Uji deskriptif untuk variabel Persepsi terhadap karyawan .....	74
4.1.2.2. Uji deskriptif untuk variabel Quality Image .....	76
4.1.2.3. Uji deskriptif untuk variabel HRM Image .....	80
4.1.2.4. Uji deskriptif untuk variabel Price Image .....	82
4.1.2.5. Uji deskriptif untuk variabel Brand Strenght.....	84
4.1.3. hasil penelitian berdasarkan Analisis Uji Instrumen .....	86
4.1.3.1. Uji Validitas .....	86
4.1.3.2. Uji Reliabilitas .....	88
4.1.4. hasil penelitian berdasarkan Analisis Uji Asumsi Klasik .....	89
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	89
4.1.4.2. Uji Heteroskedadistitas .....	90
4.1.4.3. Uji Multikolinearitas .....	91
4.1.5. hasil penelitian berdasarkan Analisis Uji Hipotesis.....	92
4.1.4.5. uji F .....	92

4.1.5.2. Uji koefisien determinasi .....	94
4.1.5.3. Uji Persamaan Regresi .....	94
4.2. Pembahasan.....	95
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	97
5.1. Kesimpulan .....	97
5.2. Implikasi manajerial.....	97
5.3. Keterbatasan penelitian .....	97
5.4. saran .....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	99

