

ABSTRAK

Toufik Hidayat (1168020289) “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen KFC Wilayah Bandung Timur, Bandung)”

Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis kuliner di Indonesia terus menerus bertambah. Hal ini dipengaruhi karena terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih memilih sesuatu yang praktis seperti mengonsumsi makanan siap saji. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk membuka bisnis kuliner dengan berlomba-lomba memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk dan pelayanan yang ditawarkan, sehingga membuat persaingan bisnis kuliner semakin ketat. Perusahaan KFC merupakan salah satu perusahaan multinasional sektor makanan yang berkembang pesat di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing-masing variabel, pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) pada konsumen KFC Wilayah Bandung Timur, dan mengetahui apakah pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen KFC Wilayah Bandung Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden konsumen KFC Wilayah Bandung Timur yang diambil dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Metode analisis menggunakan Uji validitas, Uji Reabilitas, Analisis koefisien korelasi, Analisis Regresi Linier Berganda, uji parsial, uji simultan, uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan kurang signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen