

ABSTRAK

Asri Andriani : “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kepatihan Kota Bandung)”

Persaingan bisnis pada industri kuliner sangat ketat salah satunya yaitu bisnis kuliner Restoran cepat saji. Berbagai macam upaya tentu telah dilakukan oleh perusahaan agar dapat bertahan dalam industri untuk memperoleh pangsa pasar yang besar atau pelanggan yang loyal karena perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelangganlah yang akan sukses dalam persaingan dan juga agar dapat memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Salah satu cara untuk dapat mencapainya adalah dengan memiliki citra merek yang kuat. Karena citra merek yang kuat akan membantu pemasaran dan penjualan secara tidak langsung. Citra merek dapat terbentuk salah satunya dengan kualitas produk. Kualitas produk difungsikan oleh pemasaran untuk membantu membangun citra seperti citra merek. Setelah itu dengan adanya citra merek dan kualitas produk maka akan terbentuklah loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan KFC Kepatihan Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, pengujian hipotesis (uji t dan uji F), dan analisis determinasi. Uji hipotesis menggunakan taraf nyata 0,05 atau 5%. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan t_{hitung} sebesar 3,527 dan tingkat signifikan 0,001. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,527 > 1,985$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan t_{hitung} sebesar 10,336 dan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,336 > 1,985$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian koefisien regresi secara bersama-sama diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 96,660 dan tingkat signifikansi 0,000. Karena $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($96,660 \geq 3,090$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil koefisien determinasi diperoleh *R-Square* dengan nilai sebesar 0,666 atau sebesar 66,6% yang menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari citra merek dan kualitas produk mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada loyalitas pelanggan pada KFC Kepatihan Kota Bandung sebesar 66,6%. Sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel citra merek dan kualitas produk.