

ABSTRAK

Jesslyn Thung (01011180198)

MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN YANG DIBENTUK DARI KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA, DAN CITRA MEREK DI KFC Indonesia

(81 halaman: 11 gambar, 21 tabel, 1 lampiran)

Dalam lingkup bisnis, loyalitas pelanggan merupakan sikap setia kepada sebuah merek yang diwujudkan secara sadar dari pelanggan, dimana intensitas dan retensi loyalitasnya didasarkan pada alasan-alasan tertentu. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek yang dimiliki oleh restoran KFC di Indonesia serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas dari pelanggan mereka. Penelitian ini adalah penelitian replikasi yang dilaksanakan pada bulan September-November 2021. Metode penelitian yang dipakai adalah metode kausal kuantitatif dimana data primer dikumpulkan melalui survei *online*. Pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang melibatkan 274 responden. Sampel untuk penelitian ini melibatkan pelanggan yang sudah memesan produk dari KFC Indonesia selama 6 bulan terakhir. Penelitian ini menguji 4 hipotesis dan data dianalisis dengan memakai metode PLS SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas produk, citra merek, kewajaran harga, loyalitas pelanggan

Referensi: 2004-2020.