

ABSTRAK

Millenianto (01011170207)

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA REVIEW*, *BRAND SATISFACTION*, DAN *SERVICE OPERATION* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN KFC, TANGERANG.

(xiii + 97 Halaman + Lampiran)

Sebagai salah satu restoran terbesar di Indonesia KFC harus dapat menjaga dan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang mereka miliki. KFC sendiri termasuk dalam Top Index brand yang dikenal masyarakat yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti KFC. walaupun KFC mengalami peningkatan dalam penjualan dan penambahan gerai, terjadi penurunan dalam persentase KFC dalam Top Brand Index yang didalamnya mencakup *Mind Share*, *Market Share* & *Commitment Share*. *Mind Share* yang berhubungan langsung dengan Variabel yang terdapat didalam penelitian ini yaitu *Social Media Review* dilakukan oleh konsumen untuk dapat memberikan saran atau kritik kepada suatu perusahaan yang menjual jasa atau produk mereka melalui media sosial. *Brand Satisfaction*, *Service Operation*, sebagai Variabel Independen, Dan juga *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Dependen. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap Brand KFC di wilayah Tangerang. Metode analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah SmartPLS 3.0 dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang pernah mengkonsumsi KFC di Tangerang dan juga pernah membaca *Review* KFC di media sosial. Dalam hasil penelitian ini terdapat dua hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa *Social Media Review* tidak berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. *Brand Satisfaction* dan *Service Operation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Pihak KFC dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga konsumen tetap mengunjungi dan loyal kepada brand KFC. Serta melakukan evaluasi dan juga menangani *complain* yang dilakukan konsumen melalui Media Sosial agar konsumen merasa puas terhadap brand KFC.

Kata Kunci: *Social Media Review*, *Brand Satisfaction*, *Service Operation*, *Customer Satisfaction*, KFC.