

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI *KENTUCKY FRIED
CHICKEN* (KFC)**

(Studi kasus pada Konsumen KFC Raden Inten)

***EFFECT OF BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION
AND ITS IMPACT ON RE-BUYING INTERESTS IN THE FAST
RESTAURANT OF THE KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)***

(Case study on KFC Consumen Raden Inten)

Oleh :

Ayu Sakinah

2015410110

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1) Konsentrasi
Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Sakinah

NIM : 2015410110

Jurusan : Manajemen

Perminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN
(KFC) (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Raden Inten)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana tanggal 23 Agustus 2019.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

(Dian A. Rahim S.E., M,Si)

Menyetujui,

Pembimbing

(Ellena Nurfazria Handayani, S.E,M.M.)

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI *KENTUCKY FRIED
CHICKEN KFC***

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST ON CUSTOMER
SATISFACTION AND ITS IMPACT ON RE-BUYING INTERESTS
IN THE FAST RESTAURANT OF THE KENTUCKY FRIED
CHICKEN KFC***

Oleh
Ayu Sakinah
(2015410110)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam
ilmu ekonomi Konsenterasi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Terlah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal yang tertera dibawah ini
Jakarta, 23 Agustus 2019

Ellena Nurfazria H., SE, MM

Pembimbing

Resa Nurlaela, SE, MM
Penguji I

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji II

Ellena Nurfazria H., SE, MM

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D.
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Sakinah

NIM : 2015410110

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI *KENTUCKY FRIED CHICKEN* KFC** (Studi Kasus Pada Konsumen KFC) yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria ,SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan

Ayu Sakinah

ABSTRAK

Nama: Ayu Sakinah, NIM : 2015410110, Judul : Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Restoran Cepat Saji KFC (*Kentucky Fried Chicken*), Bidang Ilmu: Manajemen Pemasaran, di bawah bimbingan Ellena Nurfazria Handayani., S.E, MM.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat merupakan suatu fenomena yang terjadi dalam masyarakat seiring dengan globalisasi dunia dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap teknologi. Persaingan yang ketat dalam industri makanan cepat saji menjadikan masing-masing memunculkan suatu ide untuk membuka usaha sebagai makanan cepat saji yang perlahan mendapatkan tempat di masyarakat.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap minat beli ulang pada restoran cepat saji KFC. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden dari konsumen KFC Cabang Raden Inten yang sering berkunjung dan melakukan pembelian ulang pada produk restoran cepat saji KFC. Teknik analisis menggunakan *microsoft excel* untuk analisis deskriptif dan IBM SPSS untuk analisis jalur (*Path Analysis*).

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

Name : Ayu Sakinah, NIM : 2015410110, Title: The Effect of Brand Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Interest at KFC (Kentucky Fried Chicken) Fast Food Restaurants, the field of marketing management, under guidance, Ellena Nurfazria Handayani, S.E, MM

The rapid development of information and communication technology is a phenomenon that occurs in society along with the globalization of the world and the increasing needs of the community for technology. Intense competition in the fast food industry makes each bring up an idea to open a business as a fast food that is slowly getting a place in society.

The purpose of this study is to study brand trust thinking on customer satisfaction and its impact on repurchase interest in KFC fast food restaurants. This research was conducted by the method of data collection by distributing questionnaires to 100 respondents from KFC Raden Inten Branch customers who were frequently visited and made repeat purchases on KFC fast food restaurant products. The analysis technique uses Microsoft Excel for descriptive analysis and IBM SPSS for path analysis.

Keywords: Brand Trust, Customer Satisfaction, Repurchase Interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada KFC (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Raden Inten)”**.

Skripsi merupakan salah satu syarat yang wajib ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dian Anggreany Rahim, SE., M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Sukardi S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

6. Orang tua saya Bapak dan Mamah, Keluarga penulis yang telah membantu dukungan baik moril maupun materil sehingga proposal skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
7. Untuk Teman seperjuangan dari awal saya kuliah di UNSADA sampai sekarang Agnes Christine, Hilda Maulida.
8. Untuk senior angkatan 2014 yang selalu memberi semangat dan masukan Aulia Afifah.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Ayu Sakinah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	v
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Jangka Waktu dan Lokasi Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KERANGKA PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 Pengertian Pemasaran	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	31
2.1.3 Konsep Inti	32
2.1.4 Kepercayaan Merek	32

2.1.5 Indikator Kepercayaan Merek	32
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	28
2.1.7 Konsep Kepuasan Konsumen	29
2.1.8 Macam- Macam Kepuasan Konsumen	30
2.1.9 Macam- Macam Kepuasan Konsumen	31
2.1.10 Faktor -faktor Kepuasan Konsumen	32
2.1.11 Manfaat Kepuasan Konsumen	32
2.1.12 Minat Beli Ulang	32
2.1.13 Indikator Minat Beli Ulang	33
2.1.14 Pengukuran Niat Beli Ulang	34
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.4 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Metode yang digunakan	42
3.2 Variabel Operasional	43
3.3 Sumber Data dan Cara penentuan Data	51
3.3.1 Lokasi Penelitian	51
3.3.2 Sumber Data dan Jenis Data	51
3.3.2.1 Data Primer	51
3.3.2.2 Data Sekunder	51

3.3.3 Cara Penentuan Data	52
3.3.3.1 Populasi	52
3.3.3.2 Sampel	52
3.3.3.3 Teknik Sampling	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	56
3.5.1 Uji Keabsahan Data	57
3.5.1.1 Uji Validitas Data	57
3.5.1.2 Uji Realibilitas Data	58
3.5.1.3 Determinan (R^2)	59
3.5.1.4 Uji F (Simultan)	59
3.6 Metode Analisis Data	60
3.6.1 Analisis Jalur (Path Analysis)	60
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan KFC	65
4.1.3 Struktur Organisasi	65
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Profil Responden	
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	72

4.3.1. Variabel Kepercayaan Merek pada KFC	72
4.3.2 Variabel Kepuasan Pelanggan pada KFC	85
4.3.3 Variabel Minat Beli Ulang pada KFC	94
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	106
4.4.1 Uji Validitas	106
4.4.2 Uji Realiabilitas	109
4.5 Hasil Path Analysis	111
4.5.1 Pengujian Hipotesis H1	111
4.5.2. Pengujian Hipotesis H2 dan H3	114
4.5.3. Pengujian Hipotesis H4	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	130