

## ABSTRAK

Sofiyudin, M. 2020. Skripsi “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Merek dan Promosi Pada PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo)**”. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo) dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah (1) untuk mengetahui secara parsial pengaruh signifikan kualitas pelayanan, merek, promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo). (2) untuk mengetahui diantara variabel kualitas pelayanan, merek dan promosi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung KFC Probolinggo selama 3 bulan terakhir sebanyak 7.878 orang dengan sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Isac dan Micael adalah sebanyak 261 orang. Dengan menggunakan teknik sampling yaitu random sampling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan meliputi kualitas pelayanan, merek, promosi dan kepuasan konsumen. Metode analisis data dari hasil penelitian yaitu metode deskripsi kuantitatif dengan menggunakan SPSS berupa uji validitas dan realibitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ditunjukkan dengan persamaan regresi berganda  $Y = 1,632 + 0,509X_1 + 0,090X_2 + 0,330X_3$ . Dan hasil uji hipotesis parsial  $t_{tabel} = 1,650$  dan nilai  $t_{hitung} X_1 = 7,152$ ,  $X_2 = 2,328$ ,  $X_3 = 4,925$  dengan nilai sig ketiga variabel  $< 0,050$  membuktikan bahwa kualitas pelayanan, merek dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis dominan menunjukkan variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibanding variabel independen lainnya.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Merek, Promosi, Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

Sofiyudin, M. 2020. Thesis "**Effect of Service Quality, Brand and Promotion at PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo)**". Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

This research was conducted at PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo) with research objectives to be achieved are (1) to partially determine the significant influence of service quality, brand, promotion on customer satisfaction at PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo). (2) to find out among the service quality, brand and promotion variables that have a dominant influence on customer satisfaction at PT. Fast Food Indonesia (KFC Probolinggo)

The population in this study were all KFC Probolinggo visitors during the last 3 months as many as 7,878 people with samples taken using the Isac and Micael formulas were 261 people. By using a sampling technique that is random sampling. This type of research used in this research is quantitative research. Variables used include service quality, brand, promotion and customer satisfaction. The method of analyzing data from the research results is the quantitative description method using SPSS in the form of validity and reliability tests, classic assumption tests, multiple regression analysis, coefficient of determination, hypothesis testing.

The results of the study are shown by the multiple regression equation  $Y = 1.632 + 0.509X_1 + 0.090X_2 + 0.330X_3$ . And the partial hypothesis test results  $t_{table} = 1,650$  and  $t_{count} X_1 = 7,152$ ,  $X_2 = 2,328$ ,  $X_3 = 4,925$  with the sig value of the three variables  $<0.050$  proving that the quality of service, brand and promotion have a significant effect on consumer satisfaction. The results of the dominant hypothesis test show that variable  $X_1$  has a greater  $t_{count}$  than the other independent variables.

**Keywords: Service Quality, Brand, Promotion, Consumer Satisfaction**











