

## ABSTRAK

Rizal, Saif. 2022. **Skripsi. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken (KFC)* Kota Probolinggo, Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.**

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga, berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken (KFC)* Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan variabel  $X_1$  *Brand Image*, variabel  $X_2$  Kualitas Produk, variabel  $X_3$  Persepsi Harga dan variabel  $Y$  Kepuasan Pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *Nonprobability sampling Nonprobability sampling* dari teknik tersebut menggunakan teknik *insidental sampling* dengan jumlah sampel 251 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada KFC Kota Probolinggo. Hasil pengujian tersebut diperoleh dari  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  ( $113,199 > 2,10$ ). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji  $f$  (simultan) menunjukkan adanya pengaruh pada Variabel *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. (2) *Brand Image* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada KFC Kota Probolinggo. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa *Brand Image* ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar ( $5.014 > 1,969$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $9.524 \geq 1,969$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan Persepsi Harga ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4.897 \geq 1,969$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari ketiga variabel mempunyai nilai signifikansi  $< 0.05$ . Dengan demikian hasil uji  $t$  (parsial) menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel *Brand Image*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada KFC Kota Probolinggo. Dari ketiga variabel penelitian, yang berpengaruh dominan adalah Variabel Kualitas Produk dikarenakan memiliki nilai koefisien beta paling besar dibandingkan Variabel *Brand Image* dan Persepsi Harga.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan.

## **ABSTRACT**

Rizal, Saif. 2022. **Thesis. The impact of Brand Image, Product Quality, Price Perception to Customer Satisfaction at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City, Program Studi Management, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.**

The purpose of this study is to know do Brand Image, Product Quality, and Price Perception have impact to Customer Satisfaction Kentucky at Fried Chicken (KFC) Probolinggo City.

*The types this study is Descriptive Quantitative, variabel X1 Brand Image, X2 Product Quality, variabel X3 Price Perception and variabel Y is Customer Satisfaction. The sampling technique in this study uses Nonprobability Sampling. Nonprobability Sampling from that technique uses Insidental Sampling technique with sample a 251 person. The data collection uses Questionnaire that has been done testing validity to became reliable and acceptable. The data analysis technique are use in this study to answer hypotesis in this study is multiple regression test.*

*Results this study show that : (1) Brand Image, Product Quality and Price Perception simultaneously have impact to Customer Satisfaction at KFC Probolinggo City. That results get from Fhitung > Ftabel (113, 199 > 2,10). Thus, the results from testing of hypotesis on the F (Simultaneous) showing there is have impact on variabel Brand Image, Product Quality, and Price Perception togetherness on Costumer Satisfaction at KFC Probolinggo City. The result testing as partial showing Brand Image (X1) have value Thitung as (5,014 > 1,969) So H0 denied and Ha accepted, and Price Perception (X3) having value Thitung as 4.897 > 1.969, so H0 denied and Ha accepted. From the three variabel having significant value < 0.05. Thus the result testing t (Partial) showing there are significant impact from Brand Image variabel, Quality Product and Price Perception on Customer Satisfaction at KFC Probolinggo City. From the three variabel, dominant have impact is Quality Product variabel because having big koefision value beta more than Brand Image variabel and Price Perception variabel.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Price Perception, and Costumer Satisfaction*