

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN**

**PADA RESTORAN SIAP SAJI KFC**

**Oleh :**

**Nama : Merry**

**NIM : 72210031**

Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Adminisrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



**KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA UTARA**

**MARET 2025**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN PADA RESTORAN SIAP SAJI KFC

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Merry**

**NIM: 72210031**

**Jakarta, 20 Maret 2025**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**



**(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M)**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**MARET 2025**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk KFC terhadap Loyalitas Merek Konsumen pada Restoran Siap Saji KFC”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan dukungan selama masa studi.
3. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Ayong dan Ibu Limina, serta keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta motivasi tanpa henti.
4. Kepada Jason Tanru, yang sampai saat ini menemani, menghibur dan memberikan dukungan serta motivasi dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaranmu menghadapi berbagai tantangan yang datang selama proses ini.





5. Kepada sahabat dan rekan seperjuangan dari Jurnal Kiyowo yaitu Jason, Randy, Wawan, Felicia, Siti dan Davies atas semangat dan dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Kepada sahabat dan rekan dari Finance Group of IBIKKG (FGI) akt. 2022/2023, 2023/2024, 2024/2025 yang membantu dengan memberikan kontribusi serta dukungan dalam pengerjaan karya skripsi.
7. Kepada staf Dapur Mamake yang selalu menghibur peneliti dengan canda dan tawanya dalam proses penyusunan karya akhir peneliti.
8. Responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, serta seluruh pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati memohon maaf atas segala kekurangan yang mungkin terdapat dalam karya ini. Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti, baik secara akademik maupun praktis, terutama dalam bidang pemasaran. Terima kasih.

Jakarta, 20 Maret 2025

Merry

## ABSTRAK

Merry 72210031 / 2025 / Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk KFC terhadap Loyalitas Merek Konsumen pada Restoran Siap Saji KFC / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek KFC di Indonesia. Studi ini dilakukan dalam konteks isu boikot produk yang diduga berafiliasi dengan Israel pada tahun 2023, yang berdampak pada penurunan pendapatan KFC sebesar 17,22%. Citra merek dan kualitas produk merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu merek.

Penelitian ini menggunakan teori pemasaran yang meliputi konsep merek, citra merek, produk, kualitas produk, serta loyalitas merek. Penelitian ini mengkaji dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Dalam konteks penelitian ini, citra merek dan kualitas produk berperan sebagai variabel independen, sementara loyalitas merek bertindak sebagai variabel dependen.

Penelitian ini berfokus pada individu yang memiliki pengalaman mengonsumsi produk KFC (*Kentucky Fried Chicken*). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei primer dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *Google Form*. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang pernah mengonsumsi produk KFC. Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan IBM SPSS versi 25. Beberapa teknik analisis yang diterapkan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda yang mencakup uji F dan uji t.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa uji asumsi klasik telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Responden memberikan tanggapan positif yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dari citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek. Selain itu, hasil uji hipotesis mengonfirmasi bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Hal yang sama juga berlaku untuk kualitas produk, yang terbukti secara positif dan signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap merek KFC. Peneliti merekomendasikan agar KFC terus menjaga dan meningkatkan citra mereknya serta mempertahankan kualitas produk yang menjadi prioritas utama sebelum ditawarkan kepada konsumen.



## ABSTRACT

Merry / 72210031 / 2025 / *The Influence of Brand Image and Product Quality on KFC's Customer Brand Loyalty* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

*This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on KFC brand loyalty in Indonesia. This study was conducted in the context of the issue of boycotting products allegedly affiliated with Israel in 2023, which had an impact on KFC's revenue decline of 17.22%. Brand image and product quality are two important factors that can influence consumer loyalty to a brand.*

*This research uses marketing theory which includes the concepts of brand, brand image, product, product quality, and brand loyalty. This research examines two types of variables, namely independent variables (independent) and dependent variables (dependent). In the context of this study, brand image and product quality act as independent variables, while brand loyalty acts as the dependent variable.*

*This research focuses on individuals who have experience consuming KFC (Kentucky Fried Chicken) products. The data in this study were collected through a primary survey by distributing questionnaires online using Google Form. The research sample consisted of 100 respondents who had consumed KFC products. The sampling method used non-probability sampling with purposive sampling technique. Data analysis was carried out quantitatively using IBM SPSS version 25. Some of the analytical techniques applied include validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis which includes the F test and t test.*

*The results of data analysis show that the classic assumption test has met the required criteria. Respondents gave positive responses indicating a positive influence of brand image and product quality on brand loyalty. In addition, the results of hypothesis testing confirm that brand image and product quality have a significant influence on brand loyalty.*

*From this study, it is concluded that brand image has a positive and significant influence on brand loyalty. The same is true for product quality, which is proven to positively and significantly influence customer loyalty to the KFC brand. Researchers recommend that KFC continue to maintain and improve its brand image and maintain product quality which is the top priority before being offered to consumers.*

**Keyword:** Brand Image, Product Quality, Brand Loyalty



# DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Batasan Penelitian .....	6
1.5 Rumusan Masalah .....	6
1.6 Tujuan Penelitian .....	6
1.7 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Merek .....	9
2.1.2 Citra Merek .....	14
2.1.3 Produk .....	17
2.1.4 Kualitas Produk .....	20
2.1.5 Loyalitas Merek .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Objek Penelitian .....	29
3.2 Desain Penelitian .....	29
3.3 Populasi dan Sampel .....	31
3.4 Lokasi Penelitian .....	33
3.5 Variabel Penelitian .....	33
3.6 Teknik dan Pengumpulan Data .....	36





3.7	Pengolahan dan Analisis Data.....	36
3.7.1	Uji Kuisioner .....	36
3.7.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.2	Uji Kuesioner .....	46
4.2.1	Uji Validitas.....	47
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	49
4.3	Analisis Deskriptif .....	51
4.3.1	Profil Responden .....	51
4.3.2	Variabel Citra Merek .....	52
4.3.3	Variabel Kualitas Produk.....	52
4.3.4	Variabel Loyalitas Merek .....	53
4.4	Hasil Analisis .....	54
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.2	Hasil Estimasi Persamaan Regresi .....	56
4.4.3	Uji Kesesuaian Model (Uji F) .....	57
4.4.4	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) .....	57
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.5	Pembahasan .....	60
4.5.1	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Loyalitas Merek .....	60
4.5.2	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>67</b>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

1. Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).  
Dilindungi Undang-Undang.  
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek (X1) .....	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk (X2) .....	34
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Merek (Y).....	35
Tabel 3.4	Skor Skala Likert.....	36
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	47
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y).....	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1).....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek (Y).....	50
Tabel 4.7	Data Informasi 100 Responden.....	51
Tabel 4.8	Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek (X1).....	52
Tabel 4.9	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 4.10	Skor Rata-Rata Variabel Loyalitas Merek (Y).....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.14	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.16	Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1 Grafik Volume Penjualan KFC Kuartal I 2022-2024 .....	2
Gambar	1.2 Komparasi Merek Kategori Restoran Siap Saji.....	3
Gambar	1.3 Review Produk KFC di Google Maps.....	4
Gambar	2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar	4.1 Logo KFC.....	45

© Hapti milia IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ha Cipta Dilihngi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra-Kuesioner.....	67
Lampiran 2. Deskripsi 30 Responden Pra-Kuesioner,.....	70
Lampiran 3. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel Citra Merek.....	71
Lampiran 4. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel Kualitas Produk.....	71
Lampiran 5. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel Loyalitas Merek.....	72
Lampiran 6. Hasil Output Uji Validitas Citra Merek.....	73
Lampiran 7. Hasil Output Uji Validitas Kualitas Produk.....	74
Lampiran 8. Hasil Output Uji Validitas Loyalitas Merek.....	74
Lampiran 9. Hasil Output Uji Reliabilitas Citra Merek.....	75
Lampiran 10. Hasil Output Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	75
Lampiran 11. Hasil Output Uji Reliabilitas Loyalitas Merek.....	75
Lampiran 12. Deskripsi 100 Profil Responden Kuesioner.....	75
Lampiran 13. 100 Data Responden – Variabel Citra Merek .....	77
Lampiran 14. 100 Data Responden – Variabel Kualitas Produk.....	80
Lampiran 15. 100 Data Responden – Variabel Loyalitas Merek.....	82
Lampiran 16. Hasil Output Analisis Deskriptif Responden.....	84
Lampiran 17. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	85
Lampiran 18. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	87
Lampiran 19. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	90
Lampiran 20. Hasil Output Uji Normalitas Data.....	92
Lampiran 21. Hasil Output Uji Multikolonieritas Data.....	92
Lampiran 22. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas Data.....	92
Lampiran 23. Hasil Output Analisis Linear Berganda.....	93
Lampiran 24. Hasil Output Uji Statistik F.....	93



Lampiran 25. Hasil Output Uji Statistik t.....93

Lampiran 26. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....94

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.