

**“PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIHAN ULANG”**

(Studi pada KFC Linggajati Plaza Jombang)

ABSTRAKSI

Oleh :

Anita Febriyani Putri

Dosen Pembimbing :

Indra Kurniawan, S.Sos. MM

Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia tidak lepas dari persaingan. Berbagai cara dilakukan oleh restoran-restoran untuk menambah jumlah konsumennya dan mempertahankan konsumen yang telah ada. Dalam industri makanan cepat saji KFC merupakan merek yang paling dikenal oleh masyarakat. Penelitian ini dilakukan di KFC Linggajati Plaza Jl. KH. Wahid Hasyim No. 216 B, Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek/*brand awareness* dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang KFC Linggajati Plaza Jombang. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen KFC Linggajati Plaza Jombang. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental*. Data diolah dengan menggunakan *SPSS 21*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek/*brand awareness* dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang KFC Linggajati Plaza Jombang.

Kata kunci : Kesadaran Merek/*Brand Awareness*, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Ulang

**“PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIHAN ULANG”**

(Studi pada Konsumen KFC Linggajati Plaza Jombang)

ABSTRAKSI

Oleh :

Anita Febriyani Putri

Dosen Pembimbing :

Indra Kurniawan, S.Sos. MM

The development of fast food restaurants in Indonesia can not be separated from the competition. Various ways are done by restaurants to increase the number of customers and retain existing customers. In the fast food industry KFC is a brand that is best known to the public. This research was conducted at KFC Linggajati Plaza Jl. KH. Wahid Hasyim No. 216 B, Jombang. This study aims to determine the effect of brand awareness and customer satisfaction on the decision to buy back KFC Linggajati Plaza Jombang. Population of this research is consumer of KFC Linggajati Plaza Jombang. Methods of data collection using questionnaires and interviews. Samples taken as many as 100 respondents using accidental techniques. Data processed by using SPSS 21. Based on the results of research indicate that awareness of brand / brand awareness and consumer satisfaction have a positive and significant influence to the decision to repurchase KFC Linggajati Plaza Jombang.

Keywords: Brand Awareness, Consumer Satisfaction, and Repurchase Decision