

ABSTRAK

Nama : Wahyu Syahputra
Program Studi : 210410322
Judul : Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Cepat Saji *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi, Brand Image, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken (KFC) di Kota Lhokseumawe. Loyalitas konsumen merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan di tengah persaingan industri makanan cepat saji yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang efektif serta memberikan pelayanan yang berkualitas guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen KFC di Kota Lhokseumawe. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen. Sementara itu, promosi dan brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kota Lhokseumawe. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak KFC dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Promosi, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Wahyu Syahputra
Study Program : 210410322
Title : *The Effect Of Promotion, Brand Image, And Service Quality On Consumer Loyalty At The Fast-Food Restaurant Kentucky Fried Chicken (KFC) In Lhokseumawe City*

This study aims to analyze the effect of Promotion, Brand Image, and Service Quality on Customer Loyalty at Kentucky Fried Chicken (KFC) fast-food restaurant in Lhokseumawe City. Customer loyalty is an important factor in maintaining business sustainability amid increasingly intense competition in the fast-food industry. Companies are required to implement effective marketing strategies and provide high-quality services in order to retain customers and enhance competitiveness. This research employed a quantitative approach using a survey method. The population of this study consisted of KFC customers in Lhokseumawe City. The sample comprised 120 respondents selected through purposive sampling, with the criteria that respondents had made purchases more than once. Data were collected through questionnaires developed based on the indicators of each research variable. The data were then analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results show that partially, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. This indicates that better service quality leads to higher customer loyalty. Meanwhile, promotion and brand image do not have a significant effect on customer loyalty in Lhokseumawe City. Simultaneously, promotion, brand image, and service quality collectively influence customer loyalty. The findings of this study are expected to provide valuable insights for KFC management in formulating more effective marketing strategies to improve customer loyalty.

Keywords: *promotion, brand image, service quality, consumer loyalty.*