

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya fenomena merek baru khususnya produk gerai makanan cepat saji. Merek KFC yang memiliki pangsa pasar yang baik di Indonesia mulai tersaingi oleh MCd, A&W, Texas dan merek – merek lainnya.

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kesadaran merek, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen KFC Cabang Taman Semanan Indah Jakarta Barat, dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 180 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling dan purposive sampling*. *Struktural Equation Modelling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Persepsi Merek tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Temuan empiris ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen harus ditingkatkan kualitas pelayanan agar mencerminkan dan mendukung persepsi merek yang baik oleh konsumen.

**Kata Kunci : Persepsi Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The research was motivated by the emergence of the phenomenon of brand new product in particular fast-food outlets. KFC brand which has a good market share in Indonesia began unrivaled by McD, A & W, Texas and brand - other brands.*

*This study aimed to examine the effect of brand awareness, service quality and customer satisfaction with the products offered. The research was conducted on consumers KFC Branch Taman Semanan Indah, West Jakarta, and the sample size was 180 respondents determined by using accidental sampling and purposive sampling. Structural equation modeling (SEM) was run with AMOS software was used to analyze the data. The analysis showed that service quality is significantly positive effect on customer satisfaction and brand perception does not affect the Customer Satisfaction.*

*The empirical findings indicate that in order to improve customer satisfaction have improved the quality of services that reflect and support a good brand perception by consumers.*

***Keywords: Perception of Brand, Quality of Service and Customer Satisfaction***