

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	14
1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Pemasaran .....	17
2.2 Produk .....	20
2.3 Kualitas Produk.....	24
2.4 Klasifikasi Produk.....	34
2.5 Jasa.....	39
2.6 <i>Brand</i> (merek).....	50
2.6 Hasil Tinjauan Pustaka .....	65
2.7 Kerangka Pemikiran.....	66
2.8 Hipotesis .....	72
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	73

3.2 Metode Penelitian.....	73
3.2.1 Metode Penelitian.....	73
3.2.2 Operasional Variabel.....	74
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	79
3.2.4 Populasi Sampel dan Tehnik Sampling.....	80
3.2.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	87
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	88
3.2.7 Tehnik Analisis Data.....	91
3.2.8 Uji Hipotesis.....	94
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum PT Fast Food Indonesia.....	97
4.1.1 Profil dan Perkembangan Perusahaan.....	97
4.1.2 Visi dan Misi PT. <i>FastFood</i> Indonesia.....	98
4.1.3 Produk- Produk Keunggulan KFC.....	99
4.1.4 Struktur Organisasi PT Fastfood Indonesia.....	100
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	101
4.2.1 Karakteristik Responden.....	101
4.2.2 Pengalaman Responden.....	105
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	108
4.3.1 Gambaran Variabel Kualitas Produk.....	109
4.3.2 Gambaran Variabel Kualitas Pelayanan.....	120
4.3.3 Gambaran Variabel Brand Loyalty.....	131
4.3.4 Gambaran Brand Loyalty Berdasarkan Karakteristik Responden.....	145
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	151
4.4.1 Kriteria Pengambilan Keputusan.....	152
4.4.2 Koefisien Korelasi Ganda Dan Koefisien Determinasi.....	152
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	153

4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	154
4.4.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Brand Loyalty KFC .....	156
4.4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	156
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	157
5.2 Saran.....	158
 DAFTAR PUSTAKA .....	159
BIODATA	
LAMPIRAN	

