

**PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *PERCEIVED QUALITY*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KFC**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF BRAND LOYALTY AND PERCEIVED  
QUALITY ON REPURCHASE INTENTION IN KFC PRODUCT***

***(Case Study On Customer In The East Jakarta Region)***

Oleh

**Rezti Andini Putri**

**2020410059**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH BRAND LOYALTY DAN PERCEIVED QUALITY  
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK KFC  
(Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur)  
THE INFLUENCE OF BRAND LOYALTY AND PERCEIVED  
QUALITY ON REPURCHASE INTENTION IN KFC PRODUCT  
(Case Study On Customer In The East Jakarta Region)**

Oleh  
Rezti andini putri  
2020410059

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal 8 Juli 2024  
Seperti tertera di bawah ini  
Jakarta, 8 Juli 2024 dengan nilai B

Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA.

Pembimbing

Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd

Penguji I

Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.

Penguji II

Dr. Sukwadi, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA.

Penguji III

Dedi Damhudi, S.E., M.M

Ketua Program Studi

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *PERCEIVED QUALITY*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KFC**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF BRAND LOYALTY AND PERCEIVED  
QUALITY ON REPURCHASE INTENTION KFC PRODUCT***

***(Case Study On Customers In The East Jakarta Region)***

Oleh :

**Rezti Andini Putri**

**2020410059**

**SKRIPSI**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 8 Juli 2024



**Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA.**

**DOSEN PEMBIMBING**

## LEMBAR PENYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezti Andini Putri

NIM : 2020410059

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **Pengaruh *Brand Loyalty* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk KFC (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur)** yang dibimbing oleh Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Pengaruh *Brand Loyalty* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk KFC (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur). Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner 100 responden yang melakukan transaksi pembelian produk KFC dalam 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan non-probability sampling dan alat analisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Penelitian ini dilakukan uji analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Loyalty* dan *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Besarnya 0,650 atau 65,0% dipengaruhi oleh *Repurchase Intention* dan sisanya sebesar 35,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti. Secara parsial *Brand Loyalty* pengaruh sebesar 0,565 atau 56,5% dan sisanya 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti, dan *Perceived quality* memiliki pengaruh sebesar sebesar 0,574 atau 57,4% dan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti.

Kata Kunci: *Brand Loyalty, Perceived Quality, Repurchase Intention*

## **ABSTRACT**

*This research aims to find out how big the influence of Brand Loyalty and Perceived Quality is on Repurchase Intention in KFC Products (Case Study of Consumers in the East Jakarta Region). The data collection method used was by giving a questionnaire to 100 respondents who had purchased KFC products twice in the last 3 months. The sampling technique uses non-probability sampling and the analysis tool uses Multiple Linear Regression. This research carried out analysis tests which were processed using SPSS version 26. The results of this research show that Brand Loyalty and Perceived Quality have a positive and significant effect on Repurchase Intention. The amount of 0.650 or 65.0% is influenced by Repurchase Intention and the remaining 35.0% is influenced by other variables studied. Partially, Brand Loyalty has an influence of 0.565 or 56.5% and the remaining 43.5% is influenced by other variables studied, and Perceived quality has an influence of 0.574 or 57.4% and the remaining 42.6% is influenced by other variables studied.*

*Keywords : Brand Loyalty, Perceived Quality, Repurchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Loyalty* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk KFC (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Jakarta Timur)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, dorongan serta doa yang dipanjatkan oleh penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua Mamah dan Bapak yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan untuk membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan tuntunannya dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Akademi.

5. Bapak Dedi Damhuri, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
6. Bapak Dr. Sukardi, S.E.,M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Staf Biro Akademik Universitas Darma Persada yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Fani, Aisyiyah, Nabilah, Rahma dan Ara yang telah memberikan motivasi, semangat dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Akhmad Ali Saputra yang telah mendukung serta memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan untuk diri sendiri, Rezti Andini Putri atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini dibuat tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, sehingga penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak di kemudian hari.

Jakarta, 8 Juli 2024

Penulis



Rezti Andini Putri

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	13
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	14
1.2.3. Rumusan Masalah .....	14
1.3    Tujuan Penulisan.....	15
1.4    Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1. Aspek Teoris (Keilmuan).....	15
1.4.2. Aspek Praktis .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>16</b>
2.1.    Landasan Teori.....	16
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	16

2.1.2.	<i>Brand Loyalty</i> .....	23
2.1.3.	<i>Perceived Quality</i> .....	28
2.1.4.	<i>Repurchase Intention</i> .....	33
2.2.	Landasan Empiris (Penelitian Terdahulu).....	38
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	46
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	48
2.5.	Paradigma Penelitian.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
3.1.	Metode Penelitian.....	50
3.2.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	51
3.3.	Operasional Variabel.....	51
3.4.	Sumber dan Cara Penentuan Data .....	67
3.4.1.	Sumber dan Jenis Data .....	67
3.4.2.	Cara Penentuan Data .....	68
3.5.	Teknik Sampling.....	70
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.7.	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	73
3.7.1.	Uji Keabsahan Data.....	73
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	76
3.7.3.	Alat dan Analisis Data.....	78
3.7.4.	Uji Hipotesis .....	82
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>85</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	85
4.1.1.	Sejarah Perusahaan KFC .....	85
4.2	Hasil Penelitian Dan Karakteristik Responden.....	88

4.2.1.	Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	90
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	91
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	92
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan 93	
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Dalam Mengonsumsi Produk KFC .....	94
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	95
4.3.1.	<i>Brand Loyalty</i> .....	95
4.3.2.	<i>Perceived Quality</i> .....	104
4.3.3.	<i>Repurchase Intention</i> .....	125
4.4	Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif .....	137
4.5	Uji Keabsahan Data.....	144
4.5.1.	Uji Validitas.....	145
4.5.2.	Uji Reliabilitas .....	147
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	148
4.6.1.	Uji Normalitas.....	148
4.6.2.	Uji Multikolinieritas .....	150
4.6.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	152
4.7	Analisis Data.....	153
4.7.1.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	153
4.7.2.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	155
4.7.3.	Koefisien Kolerasi (R).....	157
4.7.4.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	158

4.8	Uji Hipotesis .....	161
4.8.1.	Uji Statistik F .....	161
4.8.2.	Uji Statistik T .....	162
4.9	Pembahasan .....	165
4.9.1.	Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	166
4.9.2.	Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	167
4.9.3.	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	168
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>169</b>
5.1	Kesimpulan .....	169
5.2	Saran .....	170
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>172</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>177</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 2 Skor Penelitian Berdasarkan Skala Likert.....	72
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Kolerasi .....	81
Tabel 3. 4 Tingkat Koefisien Determinasi .....	82
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner .....	89
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
Tabel 4. 3 Usia Responden .....	90
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden .....	91
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	92
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	93
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Dalam Mengonsumsi Produk KFC .....	94
Tabel 4. 8 Saya merasa bahwa KFC memenuhi kebutuhan yang saya inginkan sehingga saya melakukan pembelian secara berulang.....	95
Tabel 4. 9 KFC memiliki variasi menu yang beragam, sehingga membuat saya melakukan pembelian secara berulang.....	96
Tabel 4. 10 KFC memiliki kualitas produk yang tinggi, sehingga membuat saya melakukan pembelian secara berulang.....	97
Tabel 4. 11 Saya memberikan evaluasi nilai karena saya merasakan kepuasan pada produk KFC .....	98
Tabel 4. 12 Saya akan memberikan evaluasi rating di sosial media KFC karena merasakan kepuasan terhadap produk KFC .....	99
Tabel 4. 13 Saya akan memberikan evaluasi komentar positif karena merasakan kepuasan pada produk KFC. ....	100
Tabel 4. 14 Saya akan memberikan reaksi yang optimis karena menerima produk KFC secara baik. ....	101

Tabel 4. 15	Saya akan memberikan reaksi yang optimis karena KFC memberikan pelayanan yang terbaik. ....	102
Tabel 4. 16	Saya akan memberikan reaksi yang optimis karena KFC memberikan pelayanan yang ramah .....	103
Tabel 4. 17	Saya merasakan adanya kepuasan karena KFC memberikan pelayanan yang terbaik .....	104
Tabel 4. 18	Restoran KFC menggunakan mesin kasir untuk melakukan transaksi pembelian, mempermudah saya dalam melakukan pemesanan .....	105
Tabel 4. 19	Restoran KFC memiliki karyawan yang banyak, sehingga saya merasa bahwa kualitas pelayanan meningkat dengan cepat. ....	106
Tabel 4. 20	Restoran KFC membuka cabang di berbagai kota di Indonesia, sehingga memudahkan saya untuk mendatangi restoran KFC yang terdekat dengan lokasi saya.....	107
Tabel 4. 21	Restoran KFC memberitahu pencapaiannya dengan menyebarkan informasi positif di sosial media.....	108
Tabel 4. 22	Berjualan secara <i>offline</i> dan secara <i>online</i> melalui aplikasi seperti GrabFood, ShopeeFood, GoFood akan meningkatkan keberhasilan pada restoran KFC.....	109
Tabel 4. 23	Restoran KFC menyediakan tempat untuk meletakkan nampan makanan yang sudah selesai dipakai untuk menjaga kebersihan restoran. ....	110
Tabel 4. 24	Saya merasa Restoran KFC selama menggunakan metode self service tidak mengalami kendala / masalah. ....	111
Tabel 4. 25	Restoran KFC menggunakan metode <i>self service</i> dapat mempersingkat waktu saya dalam melakukan pemesanan.....	112
Tabel 4. 26	Restoran KFC menggunakan berbagai macam metode pembayaran seperti <i>Qris</i> , <i>Debit</i> dan <i>Cash</i> , dapat mempermudah saya dalam melakukan transaksi pembayaran. ....	113
Tabel 4. 27	Restoran KFC menyediakan <i>refill</i> saus sambal dapat menyesuaikan kebutuhan yang saya inginkan. ....	114

Tabel 4. 28	Saya dapat menyesuaikan tempat kenyamanan, karena restoran KFC menyediakan tempat <i>indoor</i> dan <i>outdoor</i> .....	115
Tabel 4. 29	Saya merasa bahwa produk KFC memiliki kualitas yang tinggi ....	116
Tabel 4. 30	Saya merasa Restoran KFC menggunakan mesin penghangat makanan untuk tetap menjaga kualitas produknya. ....	117
Tabel 4. 31	Saya merasa bahwa produk KFC bersertifikat halal dan aman untuk dikonsumsi.....	118
Tabel 4. 32	Restoran KFC menggunakan nomor pada struk pemesanan maka mempermudah saya dalam mengambil orderan. ....	119
Tabel 4. 33	Restoran KFC menggunakan komputer layar untuk menampilkan gambar produknya, sehingga mempermudah saya dalam melakukan pemesanan. ....	120
Tabel 4. 34	Saya melakukan pemesanan melalui aplikasi KFC untuk mempercepat waktu pemesanan. ....	121
Tabel 4. 35	Saya merasa nyaman karena restoran KFC di desain dengan rapih dan menarik.....	122
Tabel 4. 36	Restoran KFC menyediakan playground untuk anak-anak membuat suasana saya menjadi seru dan ramai.....	123
Tabel 4. 37	Restoran KFC didesain dengan berbagai macam gambar dan warna agar terlihat lebih menarik. ....	124
Tabel 4. 38	Restoran KFC menggunakan berbagai macam metode pembayaran sehingga mempermudah saya dalam melakukan transaksi pembayaran.....	125
Tabel 4. 39	Saya melakukan transaksi pembelian KFC secara berulang karena merasakan kepuasan yang saya rasakan.....	126
Tabel 4. 40	Saya melakukan transaksi pembelian secara berulang karena ingin merasakan menu produk KFC lainnya.....	127
Tabel 4. 41	Restoran KFC mereferensikan produk yang best seller kepada saya, sehingga saya tertarik untuk melakukan transaksi pembelian .....	128
Tabel 4. 42	Saya akan memberikan referensi restoran KFC kepada orang lain karena saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan .....	129

Tabel 4. 43	Saya akan mereferensikan produk KFC yang saya gemari kepada orang lain.....	130
Tabel 4. 44	Saya tertarik karena restoran KFC menyediakan berbagai macam variasi menu yang ditawarkan.....	131
Tabel 4. 45	Restoran KFC menyediakan berbagai macam pilihan menu yang beragam sehingga saya tidak merasa bosan dengan menu yang ditawarkan .....	132
Tabel 4. 46	Saya selalu tertarik jika restoran KFC mengeluarkan menu-menu terbarunya.....	133
Tabel 4. 47	Saat saya ingin melakukan transaksi pembelian produk KFC, saya mencari informasi positif dari rating sosial media KFC.....	134
Tabel 4. 48	Saat saya ingin melakukan transaksi pembelian KFC, saya mencari informasi mengenai lokasi restoran KFC di Jakarta Timur.....	135
Tabel 4. 49	Restoran KFC memberikan informasi yang positif di sosial mediana sehingga membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi pembelian .....	136
Tabel 4. 50	Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif.....	137
Tabel 4. 51	Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	145
Tabel 4. 52	Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	145
Tabel 4. 53	Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	146
Tabel 4. 54	Uji Reliabilitas .....	147
Tabel 4. 55	Uji Normalitas.....	150
Tabel 4. 56	Uji Multikolinieritas .....	151
Tabel 4. 57	Analisis Regresi Linear Berganda .....	154
Tabel 4. 58	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	155
Tabel 4. 59	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	156
Tabel 4. 60	Koefisien Korelasi (R).....	157
Tabel 4. 61	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) X1 dan X2 terhadap Y.....	159
Tabel 4. 62	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) X1 terhadap Y .....	160
Tabel 4. 63	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) X2 terhadap Y .....	160
Tabel 4. 64	Uji Statistik F.....	161

Tabel 4. 65 Hasil Uji Parsial (X1) terhadap (Y) .....	163
Tabel 4. 66 Hasil Uji Parsial (X2) terhadap (Y) .....	164
Tabel 4. 67 Pembahasan .....	165



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Provinsi Restoran Skala Menengah-Besar di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan, Minuman, Restoran	3
Gambar 1. 3 Ayam Goreng Krispi Restoran Cepat Saji Terenak di Indonesia (Januari 2023) .....	5
Gambar 1. 4 Komparasi Brand Restoran Fastfood .....	6
Gambar 1. 5 <i>Perceived Quality</i> KFC .....	7
Gambar 1. 6 Laba/Rugi Bersih (KFC) PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) Per Kuartal I (2019-2022) .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	48
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian .....	49
Gambar 4. 1 Produk KFC .....	86
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal .....	149
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas .....	152

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	178
Lampiran 2 PROFIL RESPONDEN.....	189
Lampiran 3 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL <i>BRAND LOYALTY (X1)</i> .....	203
Lampiran 4 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL <i>PERCEIVED QUALITY (X2)</i> .....	206
Lampiran 5 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL <i>REPURCHASE INTENTION (Y)</i> .....	211
Lampiran 6 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS.....	215
Lampiran 7 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS .....	218
Lampiran 8 HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK.....	219
Lampiran 9 HASIL UJI KOLERASI DAN REGRESI .....	221
Lampiran 10 HASIL UJI HIPOTESIS.....	224
Lampiran 11 TABEL R .....	226
Lampiran 12 TABEL DURBIN WATSON .....	228
Lampiran 13 TABEL F.....	229
Lampiran 14 TABEL T.....	230
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Pra Kuesioner.....	231
Lampiran 16 Bukti Ulasan KFC.....	240
Lampiran 17 Catatan Konsultasi Skripsi.....	243
Lampiran 18 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	243