

ABSTRAK

LOLA PITALOKA. 931 411 091. 2015. “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Kota Gorontalo)”. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Ibu **Tineke Wolok, ST., MM** selaku Pembimbing I dan Bapak **Idris Yanto Niode, S.Pd., MM** selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap minat beli ulang konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC). Untuk mengukur itu maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel 67 responden dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Proses analisis dalam penelitian ini menggunakan microsoft excel 2010 dan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 18.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang produk KFC, hal ini lebih diperjelas bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat sebesar 0,750 terhadap minat beli. Dari tingkat hubungan tersebut didapat bahwa kualitas pelayanan dan *brand image* memiliki kontribusi terhadap minat beli sebesar 56,2% sementara sisanya 43,8% berupa kontribusi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini seperti faktor promosi, lokasi strategis dan citra perusahaan sendiri dan faktor lainnya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen