

**ANALISIS ELEMEN *BRAND EQUITY***  
**PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI KFC**

(Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

*Brand equity analyze of KFC*

(Case Study of Muhammadiyah University of Yogyakarta Students)

**SKRIPSI**



Oleh

**DECKY AROLIS**

**20030410313**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2008**

**ANALISIS ELEMEN *BRAND EQUITY***  
**PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI KFC**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

**DECKY AROLIS**

**20030410313**

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2008**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS EKUITAS MEREK**  
**MAKANAN CEPAT SAJI KFC (Kentucky Fried Chicken)**



Disusun Oleh

DECKY AROLIS

20030410313

Telah disetujui oleh:

Pembimbing

**Meika Kurnia Puji, SE., M.Si**  
**NIK: 143071**

**Tanggal**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ELEMEN *BRAND EQUITY***

**PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI KFC**

Diajukan oleh

**DECKY AROLIS**

**20030410313**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 19 September 2008



Yang terdiri dari

Misbahul Anwar, S.E.,M.Si.

Ketua Tim Penguji

Meika Kurnia Puji RDA,SE.,M.Si.

Anggota Tim Penguji

Asnawi Asdinarju, Drs.,M.Si.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar.S.E.,M.Si

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata ada pihak-pihak tertentu yang meragukan hal tersebut di atas maka saya bersedia karya ini ditinjau kembali keabsahannya.

Yogyakarta, 25 Desember 2008

**Decky Arolis**

## Halaman Motto dan Persembahan

*Allah tidak ada Tuhan melainkan Dia, yang hidup kekal lagi terus menerus mengurus makhluk-Nya, tidak mengantuk dan tidak pula tidur. Kepunyaan-Nya apa yang ada di langit dan di bumi. Siapa yang dapat memberi pertolongan di sisi Allah tanpa izin-Nya? Allah mengetahui apa-apa yang di hadapan dan di belakang mereka, sedang mereka tidak mengetahui sedikitpun dari ilmu Allah melainkan apa yang Allah kehendaki. Kursi (kekuasaan) Allah itu meliputi langit dan bumi, dan Dia tidak merasa berat memelihara keduanya. Dia maha tinggi lagi maha besar (Q.S Albaqarah-255).*

*Demi waktu matahari sepenggalahan naik, dan demi malam apabila telah sunyi, Tuhanmu tiada meninggalkan kamu dan tiada pula benci kepadamu, dan sesungguhnya akhir itu lebih baik bagimu dari permulaan, dan kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu, lalu hati kamu menjadi puas. Bukankah Dia mendapatimu sebagai seorang yatim, lalu Dia melindungimu, dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang kekurangan, lalu Dia memberikan kecukupan. Adapun terhadap anak yatim maka janganlah kamu berlaku sewenang-wenang, dan terhadap orang yang minta-minta janganlah kamu menghardiknya, dan terhadap nikmat Tuhanmu maka hendaklah kamu menyebut-nyebutNya (dengan bersyukur)*

*(Q.S Adh Dhuhaa).*

*Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada di dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran (Q.S Al 'Ashr).*

*Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kalian berusaha, maka hendaklah kalian berusaha*

*(H. R. Thabrani).*

*Jika dua itu satu, maka itulah kita. Selagi kita hidup, hidupilah dalam cinta, karena cinta kita hidup, karena cinta kita dapat tertawa. (My Self)*

***Kupersembahkan karya kecilku ini untuk:***

☺ *Ayah dan Ibuku tercinta yang telah mendidik, menjaga, mengajarku tentang arti kehidupan, rela menghabiskan waktu untuk memikirkan dan memperjuangkan nasibku dan keluargaku, rela menguras segenap tenaga, menghabiskan jutaan tetes keringat demi kebahagiaan dan masa depan aku dan adik-adikku, rela tidurnya terjaga karena memikirkan keluargaku dan atas segala do'a dan ketulusannya, kupersembahkan karya kecilku ini untuk mereka.*

☺ *Seluruh orang-orang yang kucintai dan kusayangi, Adik-adikku tercinta, kakek-nenekku, Abi dan Umiku dan seluruh keluarga besarku dan juga belahan jiwaku.*

☺ *Almamaterku.*

## Thanks To

Terima kasih yang terdalam nanda ucapkan kepada **Ayah** dan **Bunda** (**Syahfrudin** dan **Rahmawati**) atas ketulusan dan keikhlasannya dalam, mengurus, mendidik, mendo'akan, memperjuangkan dan memberikan yang terbaik untuk nanda dan juga atas segala waktu dan tetes keringat yang tertumpah demi nanda dan keluarga, terimakasih ya Ayah, Bunda, sungguh mulia apa yang telah kalian berikan untuk nanda dan adik-adik, hanya Allah la yang sanggup membalas ketulusan kalian dan nanda akan berusaha membuat Ayah dan Bunda Bahagia, Bangga dan tidak akan mengecewakan kalian, **I Love U Ayah dan Bunda**, nanda sangat bangga kepada kalian.

Buat my sisters yang tersayang, **Yeyen Octha Flandi**, De' buruan selesain kuliahmu ya! Buat Ayah dan Bunda bangga dan inget semua pesan-pesan Kakak, kakak percaya adek, rajin Sholat n Berdo'a. **Anggie Febria**, de' belajar yang rajin ya...tingkatkan prestasimu, Kakak yakin adek bisa karena adek cerdas dan mari kita jaga perasaan dan junjung tinggi martabat Ayah dan Bunda. **Amy Lia Utari**, Kakak sayaaaang bgt sama adek, jangan nakal, rajin belajar, jangan berbohong, kakak yakin adek bakal menjadi orang yang terkenal dan buat si bungsu yang paliiiiing imut dan pintar **Cintaka Zezeyangi**, Kakak ukir nama adek di dalam nama Allah S.W.T yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas nama cinta, kasih dan sayang. Kakak yakin kelak adek akan menjadi orang yang penyayang, suka mengasih dan disayang dan dicintai semua orang. Kakak sayaaaaang banget sama kalian, kakak bangga sama kalian. Mari kita angkat martabat keluarga kita. Kita buat Ayah dan Bunda tersenyum bangga.....kita harumkan nama keluarga besar kita, ingaaaat bahwa kita punya misi, bahwa kita punya harga diri. Ayoooo.....semangaaaat.....!!!!

Terima kasih ku ucapkan sebesar-besarnya kepada **Alm. Nenekku tercinta Saimah**, yang pernah mengurusku, membantu mendidik dan membesarkanku, nek terimakasih atas segala-galanya, semoga Allah S.W.T membalasnya dengan Syorga yang indah dan juga untuk **Alm. Kakekku Cik Anuar** yang telah memberikan motivasi buatku dan mengajarkan arti perjuangan, dan terimakasih buat **Alm. Kakekku Tholib**, yang telah membantu memberi dukungan moral dan material buatku, semoga Allah membalasnya dengan kebahagiaan di sisi-Nya. Tidak lupa, untuk satu-satunya nenekku yang masih tersisa yang juga telah membantu mengajariku dan menyayangiku, **Nenek Urija**, terimakasih nek atas segalanya, semoga cita-cita nenek naik Haji cepat terkabul dan semoga nenek menjadi haji yang mabrrur dan diterima oleh Allah. Tahnks for All.



Untuk seluruh keluarga Ayah dan Bundaku tercinta dan keluarga besarku, dari moyang **Ringkut Brother (Ali Ungkin)** n **Gagak Brother (Hj. Ismail)**, Trimakasih atas Do'a n dukungannya.

Untuk Keluarga besar Abiku tercinta **Dr.GSBC. Reza Fahlevi Bakhtiar, Ph.D.** Terimakasih atas do'a n Dukungannya. Bi, thanks ya karena sudah memotivasi dan membangkitkan semangat nanda, Berkat dukungan Abi nanda bisa bangkit lagi. Nanda sangat bangga dengan Abi dan bersyukur di takdirkan bertemu dengan Abi, nanda yakin cita-cita mulia Abi akan tercapai, pesan-pesan dan apa yang telah Abi ajarkan buat nanda akan selalu nanda ingat., thanks Father, Saluuuut buat Abi. Special thank to my real soul mate **Marliani Viona Veronicha**, terimakasih atas semua pengorbanannya, cinta, waktu, dukungan, do'a dan kesabarannya menghadapi keegoisan Kk. Ad' sudah membuat Kk semangat, I Do Love U, Give u'r smile for everyone, but please give u'r heart for onlyone (Me). Cepat selesaikan program S1 adek, semangaaat....!

Terima kasih buat **Ibu Blitang (Ibu Qomar)** sekeluarga, **Mbak Mariati** (TU Fak Ekonomi UMY) sekeluarga, keluarga besar **pak Bewok n Mas Supri** (empunya Kost penghuni terakhir), **Tete Risa, Mas Adam, Andre (Gondes)** sekeluarga, terima kasih yang sebesar-besarnya atas do'a dan dukungannya, tanpa do'a dan dukungan kalian aku tidak akan sesemangat ini, kalian sudah aku anggap sebagai keluargaku sendiri, aku tidak akan melupakan kalian dan tidak ingin hilang komunikasi dan putus tali silaturahmi dengan kalian. Thanks for All. Untuk seluruh keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komp Fak Ekonomi UMY, **Aang, Fikri, Andi Saprol, Ali, Arief dkk.** Thanks atas perjuangan dan kebersamaan kita, jaga semua itu, sukses semua kawan.

Thanks buat kawan-kawanku yang sudah membantu diselesaikannya karya ini, menyumbangkan Ide n Inspirasinya, **Alam Magfuri (MJ) Mr. Narno (MM), Rifel (Sadan), Afandi n Rolies (SM).** Thanks atas partisipasinya...

Thanks buat saudara-saudaraku **Kak Elfan Sunandar, Kak Efin, Rizal Sholeh, Celi (SM), Adit n komenk (brother), Bowo, Tubin, Budi, Rini, Acay, Deddy Ndut, Era, Ida, Mimi, Bambang (Grandong), Dita, Rudi Jose** (si penghambat terlaksananya karya ini), **Ria Lampung, Cece, Elgo n Reza brother, Andi Tehetap,** anak-anak E03 fak ekonomi UMY n Anak-anak Az-vie dan seluruh orang-orang yang telah mendukung dan mendo'akanku, Thanks atas Do'annya.

## Intisari

Penelitian ini meneliti tentang *brand equity* (equitas merek) dari produk makanan cepat saji, sebuah merek prestisius yang bisa dikatakan memiliki *brand equity* (equitas merek) yang cukup kuat. Dalam penelitian ini, *brand equity* (equitas merek) diukur menggunakan elemen-elemen *brand equity* yang terdiri dari: *brand awareness* (kesadaran merek), *brand association* (asosiasi merek), *perceived quality* (persepsi kualitas), dan *brand loyalty* (loyalitas merek).

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 128 responden dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling* dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner.

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti telah melakukan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness* makanan cepat saji KFC berada di posisi pertama (*Top of Mind*), *Brand Association* makanan cepat saji merek KFC terdiri atas, cepat dalam penyajiannya, merek yang terkenal, produk Amerika, ayam goreng yang enak, pelayanan yang ramah, pelayanan yang memuaskan dan memberikan kenyamanan. *Perceived Quality* produk makanan cepat saji KFC secara keseluruhan menunjukkan bahwa makanan cepat saji KFC memiliki *performance* (kinerja) yang lebih rendah daripada *importance* (harapan). Hal ini merupakan masalah yang serius yang harus dipecahkan oleh manajemen KFC demi meningkatkan *perceived quality* konsumen terhadap makanan cepat saji merek KFC. Piramida *Loyalty* makanan cepat saji merek KFC berbentuk piramida tegak lurus, hal ini menunjukkan bahwa makanan cepat saji merek KFC memiliki *brand equity* yang tidak begitu kuat karena jumlah *switcher* lebih besar daripada *committed buyer*, sehingga manajemen KFC perlu melakukan perbaikan guna meningkatkan *brand loyalty* makanan cepat saji KFC.

**Kata kunci:** *brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty.*

## **ABSTRACT**

*This research is about brand equity analysis of KFC product, a prestigious brand that can be said that has strong brand equity. In this research brand equity can be measured through brand equity elements namely; brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty.*

*In this research the researcher use the sampling technique nonprobability with 128 respondents by using convenience sampling approach and data collecting namely questionnaire method.*

*Before this research done, researcher had done validity and reliability test, so that the result shows the Brand Awareness KFC is in the first position (top of mind), brand association of KFC is practice in a servicing, well-known product, American product, delicious chicken fried, good in servicing, having satisfy servicing, and giving comfortable feeling. Perceived quality of KFC in a whole shows that KFC has lower performance than importance. This thing is serious problem should be solved by KFC management for increasing perceived quality consumer to KFC. Pyramid loyalty of KFC ha form upright pyramid. This shows that KFC has strong less brand equity. This is caused by the total of switcher is bigger than committed buyer, so that KFC management need to improve for increasing brand loyalty of KFC.*

***Key words: brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty.***

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur saya curahkan kepada Allah S.W.T Tuhan semesta alam yang telah memberkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya dalam penulisan skripsi dengan judul “ **Analisis Elemen *Brand Equity* Produk Makanan Cepat Saji KFC** (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”. Shalawat serta salam saya haturkan kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta do'a dan safa'atnya yan kita semua harapkan di akhirat kelak.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan, sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun segala bentuk ketebatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Arni Surwanti, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah member bimbingan kepada penulis selama kuliah.
2. Ibu Meika Kurnia Fuji, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
3. Bapak dan Ibu Dosen, staf serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama kuliah.
4. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga kebaikan yang telah mereka berikan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah S.W.T.Akhirnya, penulis menyadari tidak ada kesempurnaan pada diri manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah dan hanya Allah lah yang penulis harapkan agar karya kecil ini bermanfaat bagi kita semua. Amin...

Yogyakarta, November 2008

Penulis

**Decky Arolis**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN INTI SARI.....	ix
HALAMAN ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Pengertian <i>Brand Equity</i> .....	10
2. <i>Brand Awareness</i> .....	15
3. <i>Brand Association</i> .....	19
4. <i>Brand Perceived Quality</i> .....	23
5. <i>Brand Loyalty</i> .....	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III. METODA PENELITIAN .....	30
A. Obyek Dan Subjek Penelitian .....	30
B. Jenis Data .....	30

	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	42
	G. Analisis Data .....	45
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	50
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	50
	B. Deskripsi Hasil Penelitian .....	51
	C. Uji Kevalidan Data.....	53
	D. Hasil Analisis Data .....	57
	E. Pembahasan .....	115
BAB V.	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Simpulan .....	120
	B. Saran.....	123
	C. Keterbatasan Penelitian.....	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas, Jenis Kelamin dan Umur.....	53
TABEL 4.2	: Uji Validitas terhadap Item Kuesioner <i>Brand Association</i> .....	54
TABEL 4.3	: Uji Validitas terhadap Item Kuesioner <i>Perceived Quality</i> .....	55
TABEL 4.4	: Uji Validitas terhadap Item Kuesioner <i>Brand Loyalty</i> .....	56
TABEL 4.5	: Uji Reliabilitas.....	57
TABEL 4.6	: <i>Top Of Mind</i> .....	58
TABEL 4.7	: <i>Brand Recall</i> .....	59
TABEL 4.8	: <i>Brand Recognition</i> .....	60
TABEL 4.9	: Varians.....	63
TABEL 4.10	: Hasil Asosiasi Responden dengan Jawaban YA.....	65
TABEL 4.11	: <i>Performance</i> : elemen rasa yang selalu sama setiap kali dikonsumsi.....	78
TABEL 4.12	: <i>Importance</i> : elemen rasa yang selalu sama setiap kali dikonsumsi.....	79
TABEL 4.13	: <i>Performance</i> : menu tambahan ( <i>extended Product</i> ).....	80
TABEL 4.14	: <i>Importance</i> : menu tambahan ( <i>extended Product</i> ).....	80
TABEL 4.15	: <i>Performance</i> : dilayani dengan ramah.....	81
TABEL 4.16	: <i>Importance</i> : dilayani dengan ramah.....	82
TABEL 4.17	: <i>Performance</i> : pelayanan yang cepat.....	82
TABEL 4.18	: <i>Importance</i> : pelayanan yang cepat.....	83
TABEL 4.19	: <i>Performance</i> : Adanya Layanan 24 Jam Nonstop.....	84
TABEL 4.20	: <i>Importance</i> : Adanya Layanan 24 Jam Nonstop.....	84
TABEL 4.21	: <i>Performance</i> : Delivery service.....	85
TABEL 4.22	: <i>Importance</i> : Delivery service.....	86
TABEL 4.23	: <i>Performance</i> : Melayani pesanan diluar KFC dalam jumlah besar (ulang tahun, pesta dan lain-lain).....	86



TABEL 4.24	: <i>Importance</i> : Melayani pesanan diluar KFC dalam jumlah besar (ulang tahun, pesta dan lain-lain).....	87
TABEL 4.25	: <i>Performance</i> : Produk ayam goreng yang gurih.....	88
TABEL 4.26	: <i>Importance</i> : Produk ayam goreng yang gurih.....	89
TABEL 4.27	: <i>Performance</i> : Produk ayam goreng yang renyah.....	89
TABEL 4.28	: <i>Importance</i> : Produk ayam goreng yang renyah.....	90
TABEL 4.29	: <i>Performance</i> : Produk ayam goreng yang empuk.....	91
TABEL 4.30	: <i>Importance</i> : Produk ayam goreng yang empuk.....	91
TABEL 4.31	: <i>Performance</i> : Produk ayam goreng yang higienis.....	92
TABEL 4.32	: <i>Importance</i> Produk ayam goreng yang higienis.....	93
TABEL 4.33	: <i>Performance</i> : Produk ayam goreng yang berkualitas.....	94
TABEL 4.34	: <i>Importance</i> : Produk ayam goreng yang berkualitas.....	94
TABEL 4.35	: <i>Performance</i> : Ayam goreng yang dibuat dengan resep khusus...	95
TABEL 4.36	: <i>Importance</i> : Ayam goreng yang dibuat dengan resep khusus....	96
TABEL 4.37	: <i>Performance</i> : Paket hemat (pahe).....	96
TABEL 4.38	: <i>Importance</i> : Paket hemat (pahe).....	97
TABEL 4.39	: Rangkuman hasil penelitian <i>brand perceived quality</i> dengan menggunakan <i>performance-importance analysis</i> .....	98
TABEL 4.22	: Hasil pengukuran <i>switcher</i> (perpindahan merek).....	107
TABEL 4.23	: <i>Habitual buyer</i> .....	108
TABEL 4.24	: <i>Satisfied Buyer</i> .....	109
TABEL 4.25	: <i>Liking the brand</i> .....	111
TABEL 4.26	: <i>Committed Buyer</i> .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Konsep <i>brand equity</i> (ekuitas merek).....	13
Gambar 2.2	: Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	16
Gambar 3.1	: Piramida Loyalitas bagi merek yang belum memiliki <i>brand equity</i> yang kuat.....	48
Gambar 3.2	: Piramida Loyalitas bagi merek yang memiliki <i>brand equity</i> yang kuat.....	49
Gambar 4.1	: <i>Brand image</i> dan Asosiasi Produk makanan cepat saji merek KFC.....	76
Gambar 4.2	: Diagram <i>Cartesius-Brand Perceived Quality</i> Produk makanan cepat saji merek KFC .....	99
Gambar 4.3	: Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	114