KESIMPULAN

Model ACSI yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas yang diterima (IQ) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (ACSI). Harapan konsumen (CE) dan nilai yang diterima (PV) menunjukkan hubungan positif terhadap ACSI yang dapat dilihat pada koefisien lintas yang positif. Konsekuensi pada kepuasan konsumen (ACSI) ditunjukkan dengan adanya hubungan positif antara kepuasan konsumen (ACSI) terhadap loyalitas (CL). Selain itu juga dapat dilihat koefisien lintas komplain konsumen terhadap loyalitas yang berhimpit positif. Hal ini bisa saja terjadi dengan kondisi bahwa konsumen yang mengajukan komplain yang sifatnya memberi masukan terhadap KFC, sehingga konsumen tetap loyal dengan KFC. Indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan adalah sebesar 79.77. Model ACSI pada studi kasus kepuasan pegunungan KFC menunjukkan model yang cukup baik dengan nilai GFI dan AGFI yang tinggi meskipun memiliki nilai RMSEA agak tinggi.

DAFTAR PUSTAKA


