

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PERSEPSI DAN *BRAND IDENTITY* RESTORAN CEPAT SAJI
(SURVEI PADA PENGUNJUNG KAREN'S DINER JAKARTA)**

SKRIPSI

Oleh

**ESTI MARSELA
1971650008**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PERSEPSI DAN *BRAND IDENTITY* RESTORAN CEPAT SAJI
(SURVEI PADA PENGUNJUNG KAREN'S DINER JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S. I. Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik Univeritas Kristen Indonesia.**

Oleh

**ESTI MARSELA
1971650008**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Esti Marsela
NIM : 19716500008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity* Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen’s Diner Jakarta)” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 27 Juni 2023



Esti Marsela



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERSEPSI DAN
BRAND IDENTITY RESTORAN CEPAT SAJI (SURVEI PADA
PENGUNJUNG KAREN'S DINER JAKARTA)**

Oleh:

Nama : Esti Marsela
NIM : 1971650008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : *Public Relations*

Telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui,
Pembimbing

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

NIDN. 0323088703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan

Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.

Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc., Sa



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 27 Juni 2023 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Esti Marsela
NIM : 1971650008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity* Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen's Diner Jakarta)" oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Ketua	
2	Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.	Sebagai Anggota	
3	Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 27 Juni 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>


PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Esti Marsela
NIM : 1971650008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : *Public Relations*
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity* Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen's Diner Jakarta)

Telah memperbaiki Skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity* Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen's Diner Jakarta)" pada tanggal 27 Juni 2023.

Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui,
Ketua Sidang/Penguji I


Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.

Penguji II



Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.

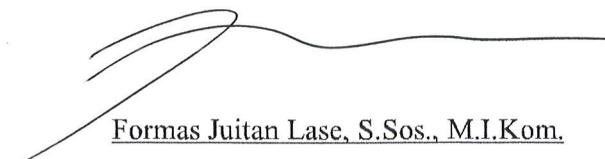
Penguji III



Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Esti Marsela
NIM : 1971650008
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity* Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen's Diner Jakarta)"

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta

27 Juni 2023



Esti Marsela

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena kasih dan anugrahNya penulis telah diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan penjelasan dari berbagai pihak, tidak mudah bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Banyak rintangan dan hambatan yang dihadapi penulis selama proses penulisan skripsi, namun Puji Tuhan pada akhirnya dapat diselesaikan tepat waktu. Maka dari itu peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi untuk perkembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial kedepannya.

Peneliti hendak mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi kepada saya baik dalam doa, daya, dan dana. Oleh karena itu, sebagai bentuk apresiasi dukungan dari pihak-pihak yang telah membantu peneliti, terima kasih peneliti ucapkan kepada :

1. Papa, Mama, Kak Siska, Bung Ani, Kak Selvi, dan Adik Olive yang selalu setia memberikan semangat dan kasih sayang.
2. Ibu Marshelia Gloria Narida, S.S., M..A. yang selalu bersedia membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
3. Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.

4. Pasangan peneliti, Markus Lie yang selalu mendengar cerita peneliti, menjadi penghibur serta penyemangat dalam dunia perkuliahan dan pekerjaan.
5. Pimpinan tempat peneliti bekerja, Bapak Teuku, Bapak Fariz dan Bapak Yurian yang bersedia direpotkan dan membantu peneliti dalam memberikan masukan serta dukungan kepada peneliti.
6. Para Staff Karen's Diner Jakarta yang telah membantu dalam penyebaran data. Penulis juga berterima kasih untuk seluruh responden yang bersedia mengisi survei dalam penelitian ini di Karen's Diner Jakarta.
7. Teman-teman peneliti yaitu, Damar Hadi Wibowo dan Fitria Sari yang selalu menemani dan membantu peneliti dalam pekerjaan di tengah kewajiban peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Teman-teman peneliti yaitu, Ella, Tiur, Nanda, Hanna, Qesya, Sifra, Nia, Daud, Kiel, dan Reagen yang sudah memotivasi peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semangat untuk skripsinya.
9. Seluruh Dosen serta Staff Ilmu Komunikasi UKI yang telah memberikan ilmu dan tenaganya dalam mengajar dan memberikan arahan kepada mahasiswa/i.
10. Seluruh pihak yang ikut membantu peneliti, namun tidak bisa disebutkan satu persatu, Peneliti mengucapkan terimakasih banyak atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu segala kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangsih yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga Kesehatan dan kebahagiaan selalu bersama kita semua.

Jakarta, 7 Juli 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI... ..	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB 2	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2 Persepsi	16
2.1.3 <i>Brand Identity</i>	19
2.2 Kerangka Teoritis.....	22
2.3 Hipotesis.....	25
BAB 3	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.5 Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Oprasionalisasi Konsep.....	34
3.8 Teknik Analisis dan Interpretasi Data.....	39
3.9 Keabsahan Data.....	40
BAB IV	43
PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Populasi	43
4.2 Hasil Pengolahan Penelitian.....	45
4.3 Hasil Uji Statistik	67

4.4 Pembahasan.....	72
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2 Operasionalisasi Konsep variabel X	34
Tabel 3 Oprasionalisasi Konsep variabel Y	37
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	44
Tabel 6 Kualitas Pelayanan (X1.1)	46
Tabel 7 Kualitas Pelayanan (X1.2)	47
Tabel 8 Kualitas Pelayanan (X1.3)	49
Tabel 9 Kualitas Pelayanan (X1.4)	50
Tabel 10 Kualitas Pelayanan (X1.5)	52
Tabel 11 Kualitas Pelayanan (X1.6)	53
Tabel 12Kualitas Pelayanan (X1.7)	55
Tabel 13 Persepsi (Y1.1).....	57
Tabel 14 Persepsi (Y1.2).....	58
Tabel 15 Persepsi (Y1.3).....	60
Tabel 16 <i>Brand Identity</i> (Y2.1).....	61
Tabel 17 <i>Brand Identity</i> (Y2.2).....	63
Tabel 18 <i>Brand Identity</i> (Y2.3).....	64
Tabel 19 <i>Brand Identity</i> (Y2.4).....	66
Tabel 20 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 21 Hasil Uji Validitas Persepsi	67
Tabel 22 Hasil Uji Validitas <i>Brand Identity</i>	68
Tabel 23 Hasil Uji Reliabilitas Aitem.....	68
Tabel 24 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 25 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana I	69
Tabel 26 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana II	70
Tabel 27 Koefisien Determinasi I	70
Tabel 28 Koefisien Determinasi II.....	71
Tabel 29 Hasil Uji Korelasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Suasana di depan Karen's Diner Jakarta	2
Gambar 2 Pelayan dan Pengunjung di Karen's Diner Jakarta	3
Gambar 3 Pelayanan di Karen's Diner Jakarta	4
Gambar 4 Bagan Hubungan Antara Variabel Penelitian	25
Gambar 5 Pengisian Kuesioner Oleh Responden	33
Gambar 6 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 7 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 8 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.1).....	47
Gambar 9 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.2).....	48
Gambar 10 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.3).....	50
Gambar 11 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.4).....	51
Gambar 12 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.5).....	53
Gambar 13 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.6).....	54
Gambar 14 Diagram Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1.7).....	56
Gambar 15 Diagram Responden Variabel Persepsi (Y1.1)	58
Gambar 16 Diagram Responden Variabel Persepsi (Y1.2)	59
Gambar 17 Diagram Responden Variabel Persepsi (Y1.3)	61
Gambar 18 Diagram Responden Variabel <i>Brand Identity</i> (Y2.1).....	62
Gambar 19 Diagram Responden Variabel <i>Brand Identity</i> (Y2.2).....	64
Gambar 20 Diagram Responden Variabel <i>Brand Identity</i> (Y2.3).....	65
Gambar 21 Diagram Responden Variabel <i>Brand Identity</i> (Y2.4).....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	81
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Jawaban Kualitas Pelayanan	81
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Persepsi.....	83
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Brand Identity</i>	84
Lampiran 5 Uji Validitas.....	85
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	86
Lampiran 7 Uji Linearitas	88
Lampiran 8 Uji Korelasi.....	88
Lampiran 9 Uji Regresi Linear Sederhana.....	88
Lampiran 10 Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan.....	90
Lampiran 11 Jawaban Responden Tentang Persepsi	100
Lampiran 12 Jawaban Responden Tentang <i>Brand Identity</i>	108
Lampiran 13 Wawancara	116
Lampiran 14 Pernyataan Kuesioner G-Form	117



ABSTRAK

- A. Esti Marsela (1971650008)
- B. FISIPOL/Ilmu Komunikasi/*Public Relations*
- C. ii-xvi Halaman huruf + 1-80 Halaman angka + 81-121 Halaman Lampiran
- D. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A
- E. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan *Brand Identity*
Restoran Cepat Saji (Survei Pada Pengunjung Karen's Diner Jakarta)

Restoran cepat saji merupakan bisnis yang sangat kompetitif di industri makanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu pihak perusahaan berupa barang-barang yang tidak berwujud tetapi dapat dirasakan oleh pelanggan. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. *Brand Identity* yang kuat penting untuk membantu merek membedakan dari pesaing di pasar yang kompetitif. Agar efektif, *brand identity* perlu beresonansi dengan konsumen dengan menyelaraskan nilai, kebutuhan, dan keinginan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap persepsi dan *brand identity* pada pengunjung restoran cepat saji Karen's Diner Jakarta. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk mendapatkan hasil dari penelitian. Sampel penelitian sebanyak 385 responden. Berdasarkan temuan data yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25, hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap persepsi secara uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa F hitung adalah sebesar 98,629 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ hal ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel persepsi. Hasil uji korelasi kualitas pelayanan terhadap persepsi senilai 0,453 (nilai korelasi) sehingga memiliki korelasi dengan derajat hubungan cukup kuat dengan bentuk hubungan positif. Sedangkan hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap *brand identity* secara uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa F hitung adalah sebesar 37,559 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ hal ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel *brand identity*. Hasil uji korelasi kualitas pelayanan terhadap *brand identity* senilai 0,299 (nilai korelasi) sehingga memiliki korelasi dengan derajat hubungan lemah dengan bentuk hubungan positif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi, dan *Brand Identity*

ABSTRACT

- A. *Esti Marsela (1971650008)*
- B. *FISIPOL/Communication Science/Public Relations*
- C. *ii-xvi Pages of letters + 1-80 Pages of numbers + 81-121 Pages of Attachments*
- D. *Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A*
- E. *The Effect of Service Quality on the Perception and Brand Identity of Fast Food Restaurants (Survey of Visitors to Karen's Diner Jakarta)*

Fast food restaurants are a highly competitive business in the food industry. Quality of service is an action performed by a company in the form of objects that are not tangible but can be felt by the customer. Perception is the experience of objects, events, or relationships obtained by summarizing information and interpreting messages. A strong brand identity is essential to helping brands differentiate from competitors in a competitive market. To be effective, brand identity needs to resonate with consumers by aligning their values, needs, and desires. The study aims to understand the impact of service quality on perception and brand identity on visitors to Karen's Diner Jakarta fast food restaurant. This type of research uses quantitative methods using questionnaires as a data collection tool to obtain results from the research. A sample of 385 respondents. Based on the findings of data processed using SPSS version 25, the results of the survey of service quality versus perception by a simple linear regression test showed that the count F is 98,629 with a significance level of 0,000 or $< 0,05$ this indicates a service quality variable influencing the perception variable. The result of the service quality correlation test to the perception value of 0.453 (correlation value) so that it has correlations with the degree of relationship sufficiently strong with the form of positive relationship. While the results of the review of service quality against brand identity by simple linear regression test show that F count is 37,559 with a level of significance of 0,000 or $< 0,05$, this indicates the service quality variable influencing the variable of Brand identity. The result of the service quality correlation test with the brand identity value of 0.299 (correlation value) so that it has correlations with the degree of weak relationship with the form of positive relationship.

Keywords: *Effect of service, public perception and brand identity*