

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC PADA MAHASISWA UNPRI MEDAN

Elaine Kang

Kevin

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Kentucky Fried Chicken merupakan restoran cepat saji yang sangat terkenal atau biasa disebut KFC. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC pada Mahasiswa Unpri Medan. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian adalah 97 responden dengan menggunakan *Simple random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,816 > 1,986$) dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_1 diterima yaitu Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC pada Mahasiswa Unpri Medan. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,992 > 1,986$) dan signifikan yang diperoleh $0,004 < 0,05$, berarti bahwa H_2 diterima yaitu Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC pada Mahasiswa Unpri Medan. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,750 > 1,986$) dan signifikan yang diperoleh $0,007 < 0,05$, berarti bahwa H_3 diterima yaitu Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC pada Mahasiswa Unpri Medan. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} ($29,946$) $> F_{tabel}$ ($2,70$) dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_4 diterima Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC pada Mahasiswa Unpri Medan.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian