

## **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 Chiken* 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