## PENGARUH KERAGAMAN MENU, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN KFC JI. SUDIRMAN YOGYAKARTA)

## TOMMY EKA PRATAMA PUTRA NIM: 141130194

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

(tommyekap@yahoo.co.id)

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara bersama-sama Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di Restoran KFC Jl. Sudirman Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Restoran KFC Jl. Sudirman Yogyakarta. Pemilihan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, dan dari kriteria yang telah ditentukan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa Keragaman Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, Iklan dan Keputusan Pembelian.