

**PENGARUH CITRA MEREK, KERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei pada Pelanggan Kedai Ayam Huhah Madiun)**

Veny Herwati

NIM : 141140044

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[skripsinyaveny@gmail.com](mailto:skripsinyaveny@gmail.com)

081230016863

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada survey pelanggan Kedai Ayam Huhah Madiun. Sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana sampel pada Kedai Ayam Huhah Madiun yang berjumlah 130 responden. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah model regresi berganda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, keragaman produk dan harga. Hasil penelitian tentang analisis pengaruh pengaruh citra merek, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan citra merek, keragaman produk dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Keragaman produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Keragaman Produk, dan Harga, Keputusan Pembelian.

