

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survei Pada Konsumen KFC Seturan, Sleman, Yogyakarta)”.

Pradian Noer Putri Utami

141140018

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

pradiannoer@gmail.com

087738507630

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Seturan, Sleman, Yogyakarta). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan adalah sebagian pelanggan KFC Seturan, Sleman, Yogyakarta yang berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan bahwa elemen kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.