

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KFC DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Alfika Noor Rachmadani
NIM. 141220104

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

(Email: alfikaaa30@gmail.com)

ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen KFC di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling melalui metode purposive sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen KFC di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk KFC. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 32. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, serta citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,635 yang menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 63,5%, sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, KFC.