

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC

Oleh

I Putu Hendry Abimanyu, NIM 2117041314

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan guna mengevaluasi pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk KFC di wilayah kota Singaraja. Fokus penelitian ini adalah produk KFC sementara variabel yang dikaji meliputi citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 140 orang yang pernah membeli produk tersebut sebelumnya minimal satu kali. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, serta dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 untuk Windows. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KFC, (2) citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KFC, dan (3) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KFC.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to evaluate the influence of brand image and product quality on purchasing decisions for KFC products in the city of Singaraja. The study focuses on KFC products, while the variables examined include brand image, product quality, and purchasing decisions. The study involved 140 respondents who had purchased the product at least once. A quantitative approach with a causal design was employed. Non-probability sampling was used as the sampling technique. Data collection was carried out via questionnaires, and the data were analyzed using SPSS software (version 25.0 for Windows). The results indicate that (1) brand image and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions for KFC products, (2) brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions for KFC products, and (3) product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions for KFC products.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision.