

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KFC DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DIAN ENJELIKA  
NIM. 222110314**



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND  
BRAND IMAGE ON KFC PRODUCT PURCHASE DECISIONS IN  
MEDAN CITY**

**UNDERGRADUATE DEGREE**

By:

**DIAN ENJELIKA  
STUDENT NUMBER 222110314**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT  
BUSINESS FACULTY  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

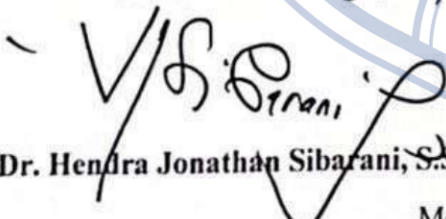
Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :


**DIAN ENJELIKA**  
NIM. 222110314

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

  
**Dr. Hendra Jonathan Sibarani, S.ST., M.Si.**

Dosen Pembimbing II,

  
**Nasru Efendi, S.E., M. Si.**

Medan, 26 Februari 2026  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

  
Ketua Program Studi,  
  
**Christine, S.M., M.Si.**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-I Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 222110314  
Nama : Dian Enjelika

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC di Kota Medan  
Tempat Penelitian : KFC Cabang Adam Malik  
Alamat Penelitian : Jl. H. Adam Malik No. 57, Sekip, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20231  
No. Telp. : (021) 14022

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*multiple linear regression*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 26 Februari 2026  
Saya yang membuat pernyataan,



## ABSTRAK

Persaingan industri makanan cepat saji yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk KFC di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC di Kota Medan, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, promosi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KFC di Kota Medan. Secara simultan, kualitas produk, promosi, dan citra merek juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel citra merek memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk yang konsisten, strategi promosi yang efektif, serta penguatan citra merek yang positif dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk KFC. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen KFC dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Kualitas\_Produk, Promosi, Citra\_Merek, Keputusan\_Pembelian.

## **ABSTRACT**

*The increasingly intense competition in the fast food industry requires companies to understand the factors that influence consumers' purchase decisions. This study aims to analyze the effect of product quality, promotion, and brand image on purchase decisions of KFC products in Medan City. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population of this study consists of KFC consumers in Medan City, with a total sample of 96 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires, and the data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results show that partially, product quality, promotion, and brand image have a positive and significant effect on purchase decisions of KFC products in Medan City. Simultaneously, product quality, promotion, and brand image also have a significant effect on purchase decisions. Brand image is the most dominant variable influencing purchase decisions compared to the other variables. These findings indicate that improving consistent product quality, implementing effective promotional strategies, and strengthening a positive brand image can increase consumers' purchase decisions toward KFC products. This study is expected to provide managerial implications for KFC management in formulating more effective marketing strategies and serve as a reference for future research.*

*Keywords: Product\_Quality, Promotion, Brand\_Image, Purchase\_Decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena, atas rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kurikulum dalam menyelesaikan pendidikan akhir Program Studi Manajemen di Universitas Mikroskil, Medan.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu, termasuk:

1. Bapak Dr. Hendra Jonathan Sibarani, S.ST., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan sebagai mentor berupa bimbingan yang mendalam, pengarahan, inspirasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Nasrul Efendi, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Wakil Dekan I Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan bantuan sebagai mentor berupa bimbingan yang mendalam, pengarahan, inspirasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Novi Yanti, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
7. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen kelas MN-B Sore
8. Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberikan waktunya dalam mendidik dan memberikan pengetahuan, informasi, dukungan dan saran untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini

9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
10. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
11. Seluruh teman-teman penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan, informasi dan saran kepada penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
12. Pihak - pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi, seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan, serta teman-teman yang telah membantu dan menyemangati penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Medan, 26 Februari 2026

Penulis,



Dian Enjelika

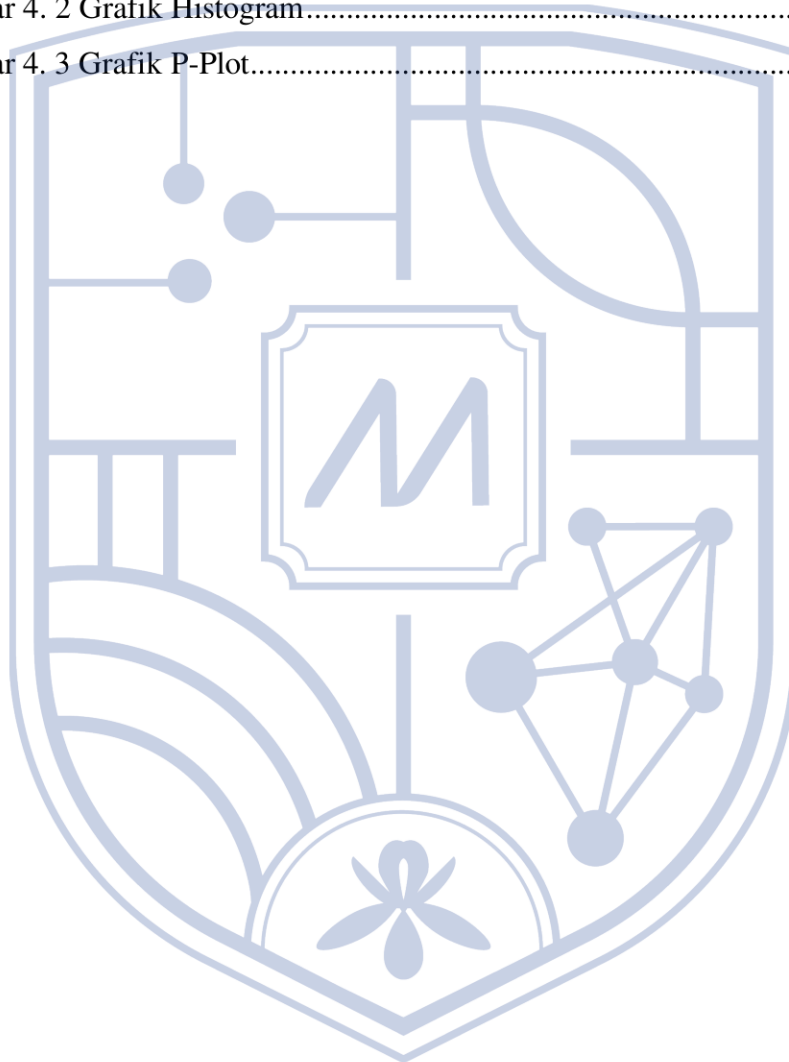
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
12.1. Latar Belakang.....	1
12.2. Rumusan Masalah.....	10
12.3. Ruang Lingkup.....	11
12.4. Tujuan.....	11
12.5. Manfaat.....	12
12.6. Originalitas Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 Kualitas Produk.....	20
2.1.4 Promosi.....	22
2.1.5 Citra Merek.....	25
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	30
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Objek Penelitian.....	35

3.3.	Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sampel .....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Definisi Operasional .....	38
3.6.	Metode Analisis Data.....	39
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	39
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	40
3.6.3	Asumsi Klasik.....	40
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Profil Perusahaan .....	45
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	46
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	47
4.1.4	Analisis Statistik Deskriptif .....	48
4.1.5	Uji Kualitas Data.....	53
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.1.8	Uji Hipotesis .....	64
4.1.9	Koefisiem Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.2	Pembahasan .....	66
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	70
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUPAN .....</b>	<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>	
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>110</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Restoran Cepat Saji Pilihan Masyarakat.....	2
Gambar 1. 2 Gerai KFC Bertumbuhan di Indonesia .....	3
Gambar 1. 3 Perbandingan Restoran Terbaik dan KFC.....	6
Gambar 4. 1 Logo KFC.....	45
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	58
Gambar 4. 3 Grafik P-Plot.....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Prasurvey</i> Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1. 2 <i>Prasurvey</i> Kualitas Produk.....	5
Tabel 1. 3 <i>Prasurvey</i> Promosi .....	7
Tabel 1. 4 <i>Prasurvey</i> Citra Merek .....	9
Tabel 4. 1 Rincian Pembagian dan Pegembalian Kuesioner .....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	47
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	48
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) .....	49
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	51
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X3) .....	52
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4. 9 Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	54
Tabel 4. 10 Uji Validitas Promosi (X2).....	55
Tabel 4. 11 Uji Validitas Citra Merek (X3) .....	55
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	56
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Promosi (X1).....	57
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	57
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Citra Merek (X3).....	58
Tabel 4. 16 Uji Normalitas .....	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastitas .....	61
Tabel 4. 19 Analisis Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4. 20 Hasil Uji T (Parsial) .....	64
Tabel 4. 21 Hasil Uji F (Simultan) .....	65
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Pertanyaan Kuesioner.....	79
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Pra-Uji Responden .....	82
Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden .....	86
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS.....	100

