

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Cabang Kisamaun Tangerang. Penelitian ini menggunakan populasi yang berada di sekitar KFC cabang Kisamaun Tangerang, dengan menggunakan sample jenuh sebagai teknik penentuan sampelnya sehingga diperoleh 100 responden sebagai sampel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Struktural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa citra merek memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian *Structural Equation Model (SEM)*, *Partial Least Square(PLS)*



## **ABSTRACT**

*The research aims to examine and analyze the effect of Brand Image and Perception of the Price Purchase Decision in Kentucky Fried Chicken (KFC) Branch Kisamaun Tangerang. This study uses population to be around KFC branch Kisamaun Tangerang, using a sample of saturated as the technique of determining the sample in order to obtain 100 respondents in the sample. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with the analysis tool Smart-PLS.*

*Result shows that brand image have a positive influence on purchase decisions. And the perception of price influence on purchase decisions.*

*Keywords: Brand Image, Perceived Price, Purchase Decision Structural Equation Model (SEM), Partial Least Square (PLS)*

