

ABSTRAK

Bisnis makanan merupakan salah satu industri yang saat ini berkembang sangat pesat. Bisnis makanan cepat saji yang paling kompetitif dan berkembang pesat pada saat ini adalah restoran cepat saji yaitu KFC (*Kentucky Fried Chicken*). Hadirnya sebuah perusahaan KFC pada daerah jember merupakan perkembangan untuk sebuah tempat makan yang lebih menarik, dan dirasakan manfaatnya dengan bisa menggunakan *take away* dan kualitas layanan yang prima. Restoran KFC ini menarik perhatian peneliti guna melakukan penelitian mengenai brand image, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap pembelian ulang produk di KFC Jember. Tujuan dari penelitian ini yaitu : 1) Untuk mengetahui apakah brand image (citra merek) berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember. 2) Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember. 3) Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 orang yang sedang membeli KFC Kaliwates Jember. Teknik pengambilan sampel disini menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan observasi. Uji hipotesis dari penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Variabel Brand Image (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang Produk (Y). 2) Variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Pembelian Ulang Produk (Y). 3) Variabel Persepsi Harga (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Pembelian Ulang Produk (Y).

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Pembelian Ulang Produk

ABSTRACT

The food business is one of the industries that is currently growing very rapidly. The most competitive and rapidly growing fast food business at the moment is the fast food restaurant, KFC (Kentucky Fried Chicken). The presence of a KFC company in the Jember area is a development for a more attractive place to eat, and the benefits are felt by being able to use take away and excellent service quality. This KFC restaurant attracted the attention of researchers to conduct research on brand image, product quality, and price perceptions on product repurchases at KFC Jember. The objectives of this research are: 1) To find out whether brand image affects the repurchase of KFC Jember products. 2) To find out whether product quality affects the repurchase of KFC Jember products. 3) To find out whether price perception affects the repurchase of KFC Jember products. This research uses associative research techniques with a quantitative approach. The sample of this study consisted of 100 people who were buying KFC Kaliwates Jember. The sampling technique here uses non probability sampling with a purposive sampling approach. Data collection techniques using interviews, questionnaires, and observation. Hypothesis testing of this study using Partial Test (t test). The results showed that: 1) Brand Image variable (X1) partially has a significant effect on Product Repurchase (Y). 2) Product Quality Variable (X2) partially affects Product Repurchase (Y). 3) Price Perception Variable (X3) partially has no effect on Product Repurchase (Y).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, Product Repurchase

