

Abstrak

Putri Aulia Regina. 2022. Skripsi. **Pengaruh *Servicescape*, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo**. Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh *Servicescape*, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif, dengan variabel X_1 *Servicescape*, variabel X_2 Kepercayaan Merek, variabel X_3 Harga dan variabel Y Keputusan Pembelian. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, dengan jumlah sampel 251 orang. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data kuesioner, wawancara, dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas. analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji Analisis Regresi Linier Berganda, analisis determinasi R^2 , Uji F, dan Uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Servicescape* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC), hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,716 > 1,9696$), signifikansi $0,000 < 0,05$ (2) Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC), hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,017 > 1,9696$), signifikansi $0,001 < 0,05$ Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC), hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,344 > 1,9696$), signifikansi $0,001 < 0,05$ Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 66,0%, sedangkan sisanya sebesar 34,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian, *Servicescape*.

Abstract

*Putri Aulia Regina. 2022. Thesis. **The Influence of Servicescape, Brand Trust and Price on Purchase Decisions at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City.** Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.*

The research was conducted at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City with the aim of knowing the Effect of Servicescape, Brand Trust and Price on Purchase Decisions at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City.

The type of research conducted is quantitative, with the variable X1 Servicescape, variable X2 Brand Trust, variable X3 Price and variable Y Purchase Decision. The sampling technique used is simple random sampling, with a sample size of 251 people. Sources of data used primary and secondary data sources with data collection methods questionnaires, interviews, documentation. The data analysis method used is validity test and reliability test. Multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, normality test. The data analysis used to answer the research hypothesis is the Multiple Linear Regression Analysis test, the R2 determination analysis, the F test, and the t test.

The results of this study indicate that: (1) Servicescape has a positive effect on Purchase Decisions at Kentucky Fried Chicken (KFC), this is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($7.716 > 1.9696$), significance $0.000 < 0.05$ (2) Brand Trust has a positive effect on Purchase Decisions at Kentucky Fried Chicken (KFC), this is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($7.017 > 1.9696$), a significance of $0.001 < 0.05$ Price has a positive effect on Purchase Decisions at Kentucky Fried Chicken (KFC), p . This is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3.344 > 1.9696$), a significance of $0.001 < 0.05$. The results of the R2 test in this study obtained an R2 value of 66.0%, while the remaining 34.0% was influenced by other factors not included. in this research.

Keywords: Brand Trust, Price, Purchase Decision, Servicescape.