

ABSTRAK

Ida Haedar Faridah. NIM. 3402190310. Pengaruh Marketing Public Relation Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu studi pada restoran cepat saji CFC Ciamis). Dibawah Bimbingan Bapak H. Oyon Saryono, M.M (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).

Adanya persaingan bisnis yang menjadi semakin ketat membuat setiap perusahaan harus terus berinovasi dalam mengembangkan strategi pemasaran. Persaingan tersebut dialami oleh berbagai industri termasuk industri makanan salah satunya pada bidang restoran cepat saji yang sedang populer di kalangan remaja dan dewasa. Berbagai merek restoran cepat saji terus bersaing untuk meningkatkan dan mempertahankan penjualan mereka. Namun ada salah satu merek asli Indonesia yang tidak cukup populer, hal tersebut disebabkan oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh merek tersebut masih kurang efektif dalam menarik konsumen hingga menyebabkan mereka tidak memutuskan untuk bertransaksi. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *marketing public relation* terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui pengaruh *marketing public relation* dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke store CFC Ciamis yang melakukan transaksi atau pembelian. Teknik penentuan Sampel menggunakan *simple random sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 87 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, serta uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Marketing Public Relation* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji CFC Ciamis. Ekuitas Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji CFC Ciamis. Secara simultan, *Marketing Public Relation* dan Ekuitas Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji CFC Ciamis.

Kata Kunci: Marketing Public Relation, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, dan Restoran Cepat Saji