

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine whether there is a significant influence between consumer behavior on buying decision in KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. Consumer behavior assessed based on five dimensions: Culture, Social, Personal, and Psychological. In this study, there were 100 respondents from customers of KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. Analysis of the influence between variables by using simple regression analysis. From the analysis of the data, it was found that the consumer behavior influence significantly by 19,9% on buying decision in KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. (M)*

*Keywords: Consumer Behavior, Buying Decision*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian di KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. Perilaku Konsumen dinilai berdasarkan empat dimensi : Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis. Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden dari pelanggan KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. Analisis data pengaruh antar variabel dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Dari hasil analisis data, didapatkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan sebesar 19,9 % terhadap pengambilan keputusan pembelian di KFC Daan Mogot Baru Jakarta Barat. (M)

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Pengambilan Keputusan Pembelian