

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju memberikan peluang untuk bisnis makanan, banyaknya restoran makanan cepat saji atau *fast food* di Indonesia mengakibatkan persaingan yang ketat dalam kualitas dan mutu produk yang telah dibuat. Peneliti memilih Mc Donald sebagai objek penelitian karena satu – satunya restoran cepat saji atau *fast food* dengan inovasi produk unggulannya yaitu ayam goreng *crispy* atau *kentucky* dan *dessert* yang disebut *mcfurry* mampu menarik perhatian konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mc Donald's Manyar Kertoarjo pada masyarakat umum.

Dalam Penelitian ini populasi yang digunakan yaitu pelanggan pada pembelian Mc Donald's Manyar Kertoarjo. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 26.00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi, Harga dan Kualitas Produk semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mc Donald's Manyar Kertoarjo Surabaya pada Masyarakat umum.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The increasingly advanced development of the business world provides opportunities for the food Business. Moreover, many fast-food restaurants in Indonesia cause tight competition in their quality and product quality. The researchers chose McDonald's as the research object because it is the only fast food restaurant with superior product innovation, namely crispy or Kentucky fried chicken and a dessert called Mcflurry which can attract the attention of customers. Therefore, this research aimed to find out the effect of promotion, price, and product quality on the purchasing decision at McDonald's Manyar Kertoarjo in the public.

The population was customers who had purchased McDonald's products at Manyar Kertoarjo. Furthermore, the data were primary. The data collection technique used purposive sampling. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to 100 respondents as a sample. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26 version.

The result showed that promotion, price, and product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision at Mc McDonald's Manyar Kertoarjo in the public.

Keywords: Promotion, Price, Product Quality, Purchasing Decision

