ABSTRAK

Di era modern seperti ini, manusia lebih memilih makanan cepat saji karena tingginya mobilitas mereka. Salah satu jenis makanan yang saat ini cukup diminati oleh masyarakat adalah *frozen food*. Adanya faktor permintaan yang tinggi, menjadikan *frozen food* salah satu peluang bisnis yang memiliki prospek cukup baik pada saat ini. Diperlukan strategi pemasaran dan pendekatan terhadap konsumen yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus berkembang. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan di 3 *outlet frozen food* yang berada di Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 116 responden, teknik yang diambil adalah teknik *non probability sampling* dan menggunakan metode purposive sampling dalam menentukan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer berasal dari kuesioner responden, sementara data sekunder berasal dari jurnal dan buku terkait. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel persepsi harga, kualitas layanan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Persepsi harga, kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, keputusan pembelian.