ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner yang pesat di kota Semarang ini juga didukung dengan perilaku konsumen itu sendiri. Keluarga kota cenderung praktis, mereka memilih makanan instan dan menyukai rumah makan dengan suasana "homey". Fenomena ini didukung dengan kebiasaan masyarakat kota Semarang yang cenderung mengunjungi restoran atau tempat makan dengan berbagai tujuan selain untuk menyantap hidangan, seperti berkumpul dengan kerabat atau keluarga, untuk pertemuan bisnis, atau merayakan suatu acara, dll.

Populasi adalah seluruh konsumen yang ada di Waroeng Steak and Shake Cabang Sampangan. sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa jika harga terjangkau maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan maka setiap peningkatan akan meningkatkan keptuusan pembelianTerdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kepercayaan maka akan meningkatkan keptuusan pembelian.Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : persepsi harga, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan pembelian