

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Waroeng *Steak & Shake* dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Waroeng *Steak & Shake* di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Waroeng *Steak & Shake*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk lalu kualitas pelayanan, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah harga. Saran penulis adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan cara penetapan harga yang bersaing, meningkatkan keragaman produk, dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Waroeng *Steak & Shake* perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik (harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang (promosi).

Kata-kata kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian