

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor dari variabel yang terdiri dari kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ayam Bakar Semarang.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, dengan kuesioner digunakan untuk pengambilan data. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif sedangkan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan alat untuk analisis penelitian ini menggunakan SPSS 24.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas Produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi variabel yang paling mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, disarankan untuk pelaku usaha agar lebih meningkatkan kualitas produknya agar konsumen melakukan pembelian pada produk tersebut.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian