

**ABSTRAK**

**PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK McDONALD'S**

Rezky Rajagukguk

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh tempat, promosi, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk McDonald's, 2) pengaruh tempat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk McDonald's, 3) pengaruh promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk McDonald's, 4) pengaruh harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk McDonald's. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan karyawan atau pekerja yang sudah pernah melakukan pembelian pada produk McDonald's beberapa kali, baik itu sudah pernah makan secara langsung atau melakukan pemesanan ke restoran McDonald's, serta tahu promo-promo yang diberikan oleh McDonald's di Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang sudah pernah makan secara langsung atau melakukan pemesanan ke restoran McDonald's, serta tahu promo-promo yang diberikan oleh McDonald's di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik Purposive Sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, deskripsi responden, deskripsi variabel, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: 1) Terdapat pengaruh tempat, promosi, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen produk McDonald's, 2) Terdapat pengaruh tempat secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk McDonald's, 3) Terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk McDonald's, 4) Terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk McDonald's

**Kata kunci:** tempat, promosi, harga, keputusan pembelian

**ABSTRAK**

**THE EFFECT OF PLACE, PROMOTION AND PRICE ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS OF McDONALD'S PRODUCTS**

Rezky Rajagukguk

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

This study aims to find out: 1) the influence of place, promotion, and price on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 2) the influence of place on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 3) the influence of promotion on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 4) the influence of prices on consumer purchasing decisions of McDonald's products. The population in this study is all students and employees or workers who have made purchases on McDonald's products several times, whether they have eaten directly or ordered McDonald's restaurants, and know the promos provided by Mcdonald's in Yogyakarta. The sample used in this study was 100 respondents who were consumers who had eaten directly or made orders to McDonald's restaurants, and knew the promos provided by Mcdonald's in Yogyakarta. The sampling technique in this study uses the non-probability sampling method with the Purposive Sampling technique. Data analysis techniques in this study are validity tests, reliability tests, respondent descriptions, variable descriptions, classical assumption tests, multiple linear regression, hypothesis tests and coefficients of determination using the IBM SPSS 27 application and data obtained using questionnaires distributed online to 100 respondents. The results of this study show: 1) There is a simultaneous influence of place, promotion, and price variables on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 2) There is a partial influence of place variables on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 3) There is a partial influence of promotional variables on consumer purchasing decisions of McDonald's products, 4) There is a partial influence of price variables on consumer purchasing decisions of McDonald's products

**Keywords:** place, promotion, price, purchase decision