

ABSTRAK

“Pengaruh *Service Convenience* terhadap Keputusan Pembelian McDonald’s (Survei terhadap Konsumen McDonald’s Cabang Buah Batu Bandung)”

Perkembangan bisnis restoran cepat saji di Indonesia diwarnai dengan tumbuhnya restoran cepat saji dan persaingan yang semakin kompetitif. Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang untuk berbisnis pada restoran cepat saji cukup menjanjikan, mengingat populasi masyarakat Indonesia yang cukup besar, berkembangnya teknologi, membaiknya perekonomian secara umum, serta budaya dan gaya hidup masyarakatnya yang senantiasa berubah dan dinamis, maraknya restoran cepat saji ini mempunyai peluang bisnis yang sangat prospektif. Peta persaingan bisnis restoran cepat saji di Indonesia dapat digambarkan melalui banyaknya jumlah gerai yang dimiliki restoran cepat saji, dimana KFC (*Kentucky Fried Chicken*) berada di peringkat pertama dengan jumlah gerai paling banyak 400 gerai, sedangkan McDonalds hanya berada di posisi ke 6 dengan jumlah gerai 112 di seluruh Indonesia. Selain itu, keputusan pembelian di McDonalds juga masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *service convenience* McDonald’s cabang Buah Batu Bandung; mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen di McDonald’s cabang Buah Batu Bandung; serta mengetahui apakah terdapat pengaruh *service convenience* terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald’s cabang Buah Batu Bandung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-verifikatif, dimana data diperoleh melalui penyebaran angket. Unit sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 39 sampel yang merupakan konsumen McDonald’s cabang Buah Batu Bandung. Teknik analisis data yang digunakan antara lain deskripsi untuk masing-masing variabel dan verifikatif dengan menggunakan regresi linear. Teknik pengolahan data hasil penyebaran angket menggunakan *software* komputer SPSS 21.00.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa: (a) *Service convenience* McDonald’s cabang Buah Batu Bandung berada dalam kategori yang baik; (b) Keputusan pembelian di McDonald’s cabang Buah Batu Bandung berada dalam kategori yang baik; (c) Terdapat pengaruh dari *service convenience* terhadap keputusan pembelian McDonald’s Cabang Buah Batu Bandung. Besarnya pengaruh *service convenience* terhadap keputusan pembelian McDonald’s Cabang Buah Batu Bandung berada dalam kategori yang sangat kuat. Hasil pengujian menunjukkan *service convenience* positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian McDonald’s Cabang Buah Batu Bandung.

Kata Kunci: *Service Convenience* dan Keputusan Pembelian