**ABSTRAK**

**Deril Andrian Permana, NPM :2018020158, Judul : Peran Diferensiasi Produk Pada Peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen McDonald’s.**

Skripsi, Program Studi Manajemen (S1), Universitas Islam Batik Surakarta 2022

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara variabel diferensiasi produk, *store atmosphere,*dan citra merek terhadap keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta. Selain itu juga untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta pada bulan September hingga Desember 2021. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling.* Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data : observasi, kuesioner,dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa hasil uji F menunjukkan diferensiasi produk, *store atmosphere,* dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta. Hasil uji t menunjukkan diferensiasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta. Variabel store atmosphere secara parsial terhadap keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta. Variabel citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta. Diferensiasi produk, store atmosphere, dan citra merek yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian di McDonald’s Slamet Riyadi Surakarta.

Kata kunci : diferensiasi produk, store atmosphere, citra merek, keputusan pembelian, kepuasan pembelian.

**ABSTRACT**

**Deril Andrian Permana, NPM :2018020158, Judul : Peran Diferensiasi Produk Pada Peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen McDonald’s.**

Skripsi, Program Studi Manajemen (S1), Universitas Islam Batik Surakarta 2022

*The purpose of this study was to determine whether there is a significant influence between the variables of product differentiation, store atmosphere, and brand image on purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. In addition, to find out which variables are the most dominant in influencing purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta.*

*The method used is descriptive quantitative method. This research was conducted at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta from September to December 2021. The samples taken in this study were 100 respondents. Sampling in this study using accidental sampling technique. The data used are primary data and secondary data with data collection techniques: observation, questionnaires, and literature study. The data analysis technique used multiple linear regression.*

*The results of this study state that the results of the F test indicate product differentiation, store atmosphere, and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. The results of the t test show that product differentiation partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. Store atmosphere variables partially on purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. Brand image variable partially on purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. Product differentiation, store atmosphere, and a good brand image can improve purchasing decisions at McDonald's Slamet Riyadi Surakarta.*

*Keywords: product differentiation, store atmosphere, brand image, purchasing decisions, purchase satisfaction.*