

ABSTRAK

Fenomena pada penelitian ini adalah dengan semakin banyaknya permintaan konsumen akan produk kuliner, bukan berarti bahwa pelaku bisnis kuliner semakin mudah untuk memasarkan produknya terutama dengan banyaknya pelaku bisnis sejenis di pasaran. Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadi penurunan omset penjualan dari Eden International Daily Food selama beberapa bulan dan bertambah parah pada saat pandemi Covid-19. Berdasarkan fenomena gap dan riset gap yang diperoleh dari penelitian terdahulu, maka diduga factor yang mempengaruhi penurunan keputusan pembelian adalah persepsi harga, persepsi kualitas produk dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Eden International Daily Food Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah 96 orang konsumen Eden International Daily Food Semarang yang pernah makan minimal dua kali di Eden International Daily Food Semarang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan regresi berganda.

Berdasarkan hasil persepsi harga dan persepsi kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Eden International Daily Food Semarang. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Eden International Daily Food Semarang.

Kata kunci: persepsi harga, persepsi kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian