

## ABSTRAK

Industri restoran cepat saji di Indonesia mengalami perkembangan pesat, ditandai dengan munculnya berbagai merek lokal yang mampu bersaing di pasar, salah satunya adalah *Richeese Factory*. Dalam dinamika persaingan ini, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi hal yang penting bagi keberlangsungan bisnis, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Semarang yang memiliki karakteristik demografi beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat di Kota Semarang dengan menguji pengaruh variabel Harga Barang, Harga Barang Kompetitor, dan Selera terhadap keputusan pembelian produk di *Richeese Factory*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Semarang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportional Random Sampling*. Total sampel yang digunakan berjumlah 152 responden, yang mencakup konsumen yang pernah mengonsumsi produk *Richeese Factory* serta produk kompetitornya. Analisis data dilakukan menggunakan metode Regresi Logistik Biner (*Binary Logistic Regression*) yang diolah menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 26* untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga Barang dan Harga Barang Kompetitor tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di *Richeese Factory*. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi konsumen di Semarang, faktor harga dan perbandingannya dengan kompetitor bukan penentu utama dalam memutuskan pembelian. Sebaliknya, variabel Selera terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan ini menegaskan bahwa dalam konteks *Richeese Factory*, preferensi konsumen lebih didorong oleh kecocokan selera dibandingkan pertimbangan harga semata.

Kata kunci : Restoran cepat saji, keputusan pembelian, harga, selera, regresi logistik biner.