

## ABSTRAK

Keunggulan bersaing dalam bisnis waralaba dapat meningkatkan minat *franchisee* karena di nilai memiliki pasar yang stabil, reputasi yang baik, dan bisnis yang sudah mapan. Keputusan *franchisee* untuk melakukan pembelian waralaba didasarkan atas apa yang mereka nilai memberikan manfaat seperti keuntungan, dan keberlangsungan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel *brand positioning* dan biaya waralaba (*franchise fee*) terhadap pembelian waralaba (*franchise purchase*).

Penelitian ini menggunakan metode survey dan disebarakan kepada *franchisee* “Segara” dengan jumlah 27 orang, dan dianalisis menggunakan *regresi linier berganda*. Berdasarkan hasil penelitian *brand positioning* secara parsial mempengaruhi pembelian waralaba dengan perbandingan nilai  $t_{hitung} 4.366 > t_{tabel} 2.063$  dan sig.  $0.000 < 0.05$  (*Alpha*), dan juga biaya waralaba (*franchise fee*) secara parsial mempengaruhi pembelian waralaba dengan perbandingan nilai  $t_{hitung} 2.218 > t_{tabel} 2.063$  dan sig.  $0.036 < 0.05$  (*Alpha*), selain itu *brand positioning* dan biaya waralaba (*franchise fee*) secara simultan berpengaruh terhadap pembelian waralaba dengan perbandingan nilai  $f_{hitung} 27.656 > f_{tabel} 3.39$  dan sig.  $0.000 < 0.05$  (*Alpha*). Variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 69,7% berdasarkan nilai *R Square* sebesar 0,697.