

## **ABSTRAK**

Persaingan bisnis pada saat ini semakin meningkat seiring perkembangan waktu sehingga menyebabkan banyak orang tertarik untuk mengikuti perkembangan bisnis saat ini. Bisnis yang menjadi trend adalah bisnis kuliner. Namun tentu ada permasalahan yang ada. Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian penulis pada skripsi ini adalah kurangnya produk vegetarian, 10% konsumen mengatakan harga produk mahal, promosinya kurang, lokasinya kurang mempunyai parkir yang luas dan juga 10% konsumen mengatakan pelayanan kurang baik. Permasalahan inilah yang terjadi di rumah makan Yung Ho di Surabaya.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi, pemberian kuesioner dan dokumentasi, pemberian kuesioner ini kepada 120 orang responden yang selanjutnya kuesioner tersebut diolah dalam program SPSS ver 20.00 untuk mendapatkan hasil yang digunakan untuk memberikan saran kepada pemilik dan menjawab hipotesis yang ada.

Setelah dilakukan pengolahan data maka diperoleh kesimpulan yaitu hipotesis 1 dan hipotesis 2 diterima sedangkan hipotesis 3 ditolak. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh marketing mix dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang signifikan sebesar 54,4%.

Kata kunci : Produk, harga, Promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan.

## **ABSTRACT**

Competition in today's business increases as development time, causing a lot of people are interested to keep abreast of current business. Business is a business that became a culinary trend. But of course there are problems. Issues underlying the study authors in this thesis is the lack of vegetarian products, 10% of consumers say product prices expensive, less promotion, less location has ample parking and is also 5% of consumers say poor service. This problem is what happens in Yung Ho restaurant in Surabaya.

This study includes a quantitative study of causality. This research was conducted by interview, observation, questionnaire giving and documentation, giving this questionnaire to 120 respondents to the questionnaire were subsequently processed in SPSS ver 20.00 to get the results that can be used to provide advice to owners of existing and hypothetical answer, and processed using validity and reliability, F test and t test the classical assumption test, regression test.

After processing the data it could be concluded that hypothesis 1 and hypothesis 2 is accepted whereas hypothesis 3 is rejected. This study proves that the influence of the marketing mix and quality of services to the purchasing decision significantly by 54,4%.

Keywords : product, price, promotion, location, and quality of service

