

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) Aplikasi Mc Donald's ( $X_2$ ) dan *Life Style* ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) produk McDonald's. Untuk mengetahui apakah variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) Aplikasi Mc Donald's ( $X_2$ ) dan *Life Style* ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Mc Donald's di Puri Surya Jaya. Untuk mengetahui variabel manakah diantara variabel brand image ( $X_1$ ) Aplikasi Mc Donald's ( $X_2$ ) dan Life Style ( $X_3$ ) yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Mc Donald's. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Konsumen Mc Donald's Puri Surya Jaya sebanyak 100 orang. Alat Uji ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan IBM *Statistics* 26. Hasil yang didapat dalam penelitian berdasarkan tes yang dilakukan, maka dapat dikemukakan bahwa keputusan pembelian ulang produk Mc Donald's, erat kaitannya dengan variabel-variabel yang diteliti, sehingga di masa mendatang untuk meningkatkan keputusan pembelian ulang, pihak manajemen Mc Donald's sebaiknya perlu melakukan peningkatan serangkaian strategi dan kebijakan yang efektif dengan menumbuhkembangkan keberadaan keputusan pembelian ulang konsumen, yang berfokus kepada kenyamanan dan kepuasan konsumen secara individu maupun berupa kepribadian. Pihak manajemen Mc Donald's di Puri Surya Jaya harus lebih inovatif dan konstruktif dalam meningkatkan kualitas produk konsumen agar memperoleh keputusan membeli ulang dari konsumen secara optimal. Hasil penelitian ini memiliki nilai sebesar  $t_{hitung}$  6,481 > dari  $t_{tabel}$  1,988 yang berarti *Life Style* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk.

**Kata kunci: Brand Image, Aplikasi Mcd, Life Style, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine whether the variable Brand Image ( $X_1$ ) Mc Donald's application ( $X_2$ ) and Life Style ( $X_3$ ) partially affect the purchasing decision ( $Y$ ) of McDonald's products. To find out whether the variable Brand Image ( $X_1$ ) Mc Donald's application ( $X_2$ ) and Life Style ( $X_3$ ) simultaneously affect the purchasing decision ( $Y$ ) of Mc Donald's products at Puri Surya Jaya. To find out which variable between the variable brand image ( $X_1$ ) Mc Donald's application ( $X_2$ ) and Life Style ( $X_3$ ) has the most dominant influence on the Purchase Decision ( $Y$ ) of Mc Donald's products. The method used in this research is quantitative method. The sample used in this study was 100 people of McDonald's Puri Surya Jaya consumers. This test tool uses Multiple Linear Regression Analysis using IBM Statistics 26. The results obtained in the study are based on the tests carried out, it can be argued that the decision to repurchase Mc Donald's products is closely related to the variables studied, so that in the future to improve decisions Repurchase, Mc Donald's management should need to improve a series of effective strategies and policies by fostering the existence of consumer repurchase decisions, which focus on consumer comfort and satisfaction individually and in the form of personality. Mc Donald's management at Puri Surya Jaya must be more innovative and constructive in improving the quality of consumer products in order to obtain optimal repurchase decisions from consumers. The results of this study have a value of  $t_{count} 6.481 > t_{table} 1.988$  which means that Life Style affects the Product Purchase Decision.*

**Keywords: Brand Image, Mcd Application, Life style, Purchase Decision**