

ABSTRAK

Dini Agustiana Putri.10821270

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MC.DONALD'S DI WILAYAH TANGERANG**

Penulisan Ilmiah Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, 2024.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Produk*

(xiii+76+lampiran)

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mc.Donald's di Wilayah Tangerang. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner pada konsumen yang membeli dan mengkonsumsi Mc,Donald's di Wilayah Tangerang. Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kualitatif dengan tahap uji yang dilakukan yaitu : uji validitas, reabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien determinasi, Uji F dan Uji T. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability Sampling* dengan Teknik sampel *Purposive Sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Komunikasi Pemasaran (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel Kepercayaan Merek (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel Komunikasi Pemasaran (X1), Kepercayaan Merek (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Daftar Pustaka (2004-2021)

iii