

## **Abstrak**

Restoran cepat saji merupakan tempat atau bangunan yang memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada konsumen yang penyediaannya secara singkat. Di Indonesia makanan cepat saji disebut fast food atau junk food. fast food merupakan makanan yang penyajiannya cukup cepat. Dengan berkembangnya teknologi saat ini yang semakin pesat dimana masyarakat dapat memesan dengan cepat dan mudah. Salah satu fast food yang ada di Indonesia adalah Richeese Factory. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Richeese Factory Paris Van Java Bandung. Mengetahui faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden. Dengan menggunakan rumus slovin. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Strategi pemasaran memiliki skor 79,07%, kualitas produk 83,31% dan keputusan pembelian sebesar 81,73% sehingga variabel independent maupun dependent dapat dikategorikan baik dan memiliki T tabel sebesar 1,66177 dan F tabel sebesar 3,10.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Produk