

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *store atmosphere* dan keragaman menu pada konsumen McDonald's di kota Sleman. terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dengan 111 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness*, *store atmosphere* dan keragaman menu berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. *Brand awareness* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. *Store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Manajemen McDonald's sebaiknya mempertahankan serta meningkatkan *brand awareness*, *store atmosphere* dan keragaman menu sehingga pembelian konsumen lebih meningkat lagi.

Kata kunci: *brand awareness*, *store atmosphere*, keragaman menu, keputusan pembelian.