

ABSTRAK

Perkembangan industri makanan saat ini yang meningkat dengan pesat ditandai dengan menjamurnya berbagai restoran siap saji di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena kesesuaian makanan siap saji dengan budaya masyarakat Indonesia yang dapat diklarifikasi sebagai budaya modern. Salah satu ciri yang tampak jelas adalah masyarakat memiliki banyak kesibukan dan aktifitas, masyarakat terbiasa dengan segala sesuatu yang cepat dan praktis. Hal tersebut berdampak pada timbulnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang cepat saji dan instan. Salah satu cafe yang menyediakan berbagai macam menu, hiburan yang menarik, fasilitas dan pelayanan yang baik dan menyediakan suasana tempat yang menyenangkan adalah Warunk Upnormal. Dengan hasil sebagai berikut: (1) Harga tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan Warunk Upnormal BSD. (2) Produk tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan Warunk BSD. (3) Tempat berpengaruh terhadap tingkat penjualan Warunk Upnormal BSD. (4) Promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan Warunk Upnormal BSD. (5) Kontribusi dari variabel Harga, Produk, Tempat, dan Promosi terhadap Tingkat penjualan sebesar 59,2% sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lainya dimana peneliti tidak ikut sertakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Harga, Produk, Tempat, Promosi, Tingkat Penjualan*

ABSTRACT

The development of the food industry is currently increasing rapidly, marked by the proliferation of various fast food restaurants all over the world, including Indonesia. This is due to the suitability of ready-to-eat food with the culture of Indonesian society which can be clarified as modern culture. One of the obvious characteristics is that the community has a lot of activities and activities, people are used to everything that is fast and practical. This has an impact on the emergence of people's needs for fast and instant food. One cafe that provides a variety of menus, interesting entertainment, good facilities and services and provides a pleasant atmosphere is Warunk Upnormal. With the following results: (1) Price has no effect on the sales level of Warunk Upnormal BSD. (2) The product does not affect the sales level of Warunk BSD. (3) Place affects the sales level of Warunk Upnormal BSD. (4) Promotion affects the sales level of Warunk Upnormal BSD. (5) The contribution of Price, Product, Place, and Promotion variables to the sales level is 59,2%, while the remaining 40,8% is influenced by other variables where the researcher does not participate in this study.

Keywords: Price, Product, Place, Promotion, Sales Level