

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh harga yang ditawarkan *Chatime* lebih mahal dibandingkan produk lain. Ada beberapa promosi yang tidak sesuai dengan yang di iklankan. Sering terjadinya kekecewaan pelanggan terkait metode pembayaran dimana pembayaran harus melakukan transaksi *online* dan tidak bisa bayar *cash*, berhubung tidak semua pelanggan *Chatime* memiliki *e-money*. Terjadinya penurunan penjualan pada aplikasi F&B ID Pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian *online* aplikasi F&B ID pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan, baik itu secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif dengan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan Medan. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan Medan. Metode Pembayaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan Medan. Ada pengaruh signifikan secara simultan Harga, Promosi dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian di *Chatime* Thamrin Plaza Medan. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,446, hasil ini memiliki arti bahwa 44,6% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Promosi, dan Metode Pembayaran sedangkan sisanya sebesar 55,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: **Harga, Promosi, Metode Pembayaran, Keputusan Pembelian**