

ABSTRAK

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia. Setiap orang pasti membutuhkan makan setiap hari. Berdasarkan hal tersebut semakin banyak orang yang membuka bisnis restoran. Salah satu restoran cepat saji yang paling di gemari di Indonesia adalah Mc Donalds dapat dilihat dari Mc Donalds yang selalu masuk jajaran Top Brand Indonesia. Mc Donalds sendiri tentu saja mempunyai banyak saingan seperti KFC, AW, Hokben, dll. Mc Donalds juga mempunyai kelemahan, untuk memperbaiki kelemahan dan meningkatkan layanan maka Mc Donalds sedang meningkatkan ekuitas merek (*brand equity*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. pengolahan data menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand equity* berada pada presentase 74,69%, keputusan pembelian sebesar 70,05%, dan pengaruh *brand equity* terhadap minat beli pengguna internet sebesar 34,2% dan sisanya 65,8% dibentuk faktor lain seperti promosi, harga, tempat, distribusi dan lainnya.

Kata kunci : *Brand Equity*, keputusan pembelian, konsumen Mc Donalds