

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN
(KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA**

(Studi Pada Kasus (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

NAMA : ALVREDO SIBUEA

NIM : 11190691

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

TAHUN 2023

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN
(KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA**

(Studi Pada Kasus (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta)

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

manajemen (S.M)



DISUSUN OLEH:

NAMA : ALVREDO SIBUEA

NIM : 11190691

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

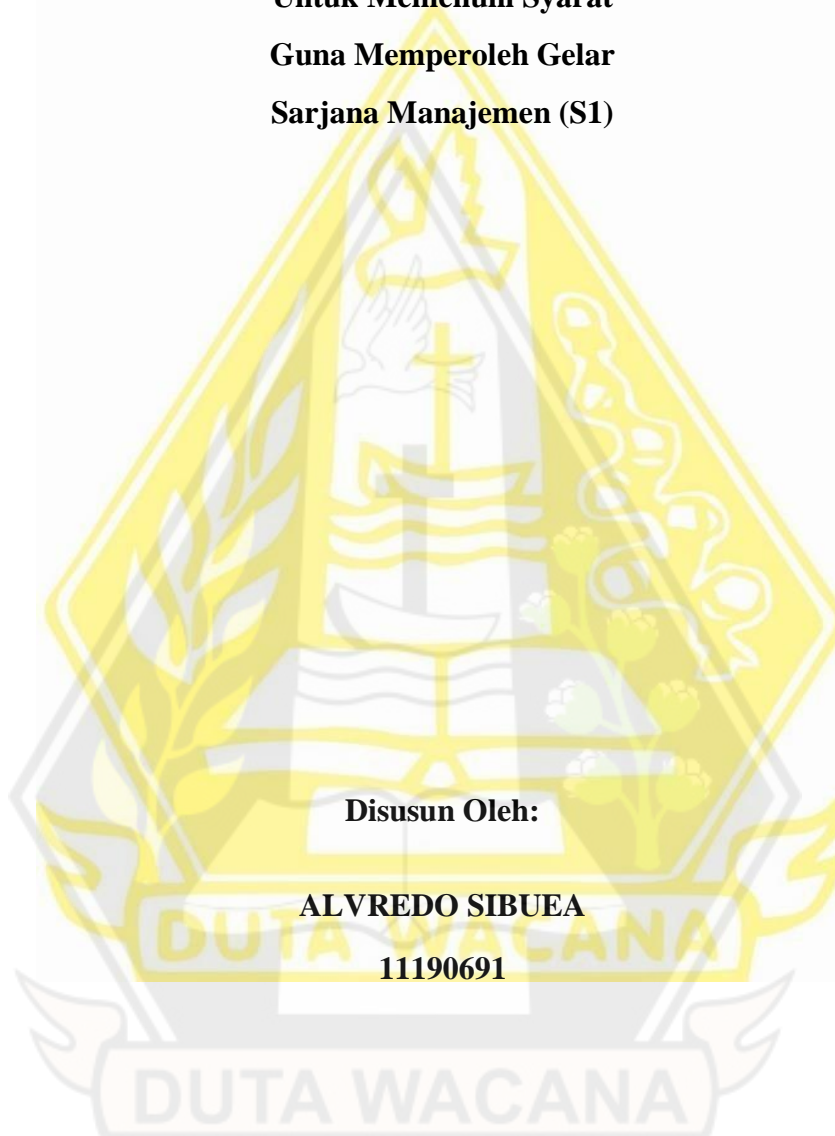
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana
Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S1)**



Disusun Oleh:

ALVREDO SIBUEA

11190691

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvredo Sibuea
NIM : 11190691
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA (Studi Pada Kasus (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 2 Juli 2023



(Alvredo Sibuea)
NIM.11190691

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *KENTUCKY FRIED CHICKEN*
(KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA**

(Studi Pada Kasus (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta)

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ALVREDO SIBUEA

11190691

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen


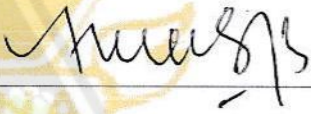

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 27 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min : 
(Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM : 
(Dosen Penguji)
3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M, Ec., Dev : 
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta, 03 JUL 2023


Disahkan Oleh:

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si


Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH STRATEEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK KENTUCKY FRIED CHIKEN (KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 31 Mei 2023



ALVREDO SIBUEA

11190691

HALAMAN MOTO

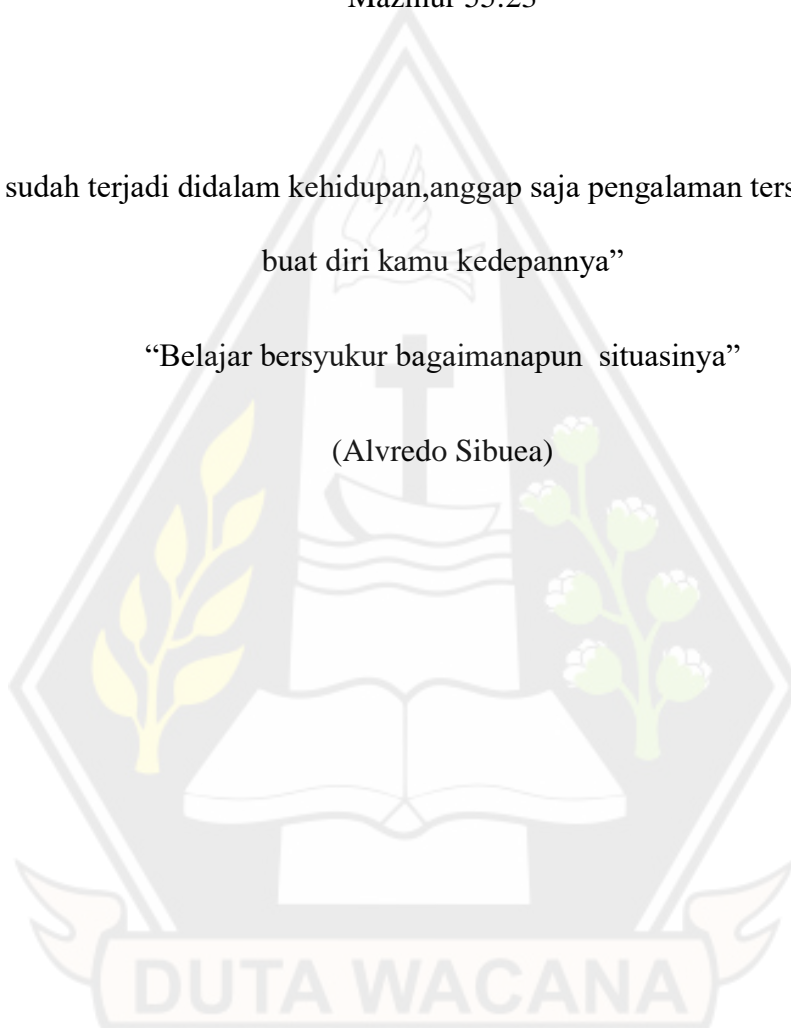
“Serahkanlah kuatirmu kepada Tuhan,maka ia akan memelihara engkau. Tidak utnuk selama-lamanya dibiarkanya orang benar itu goyah”

Mazmur 55:23

“Yang sudah terjadi didalam kehidupan,anggap saja pengalaman tersebut berguna buat diri kamu kedepannya”

“Belajar bersyukur bagaimanapun situasinya”

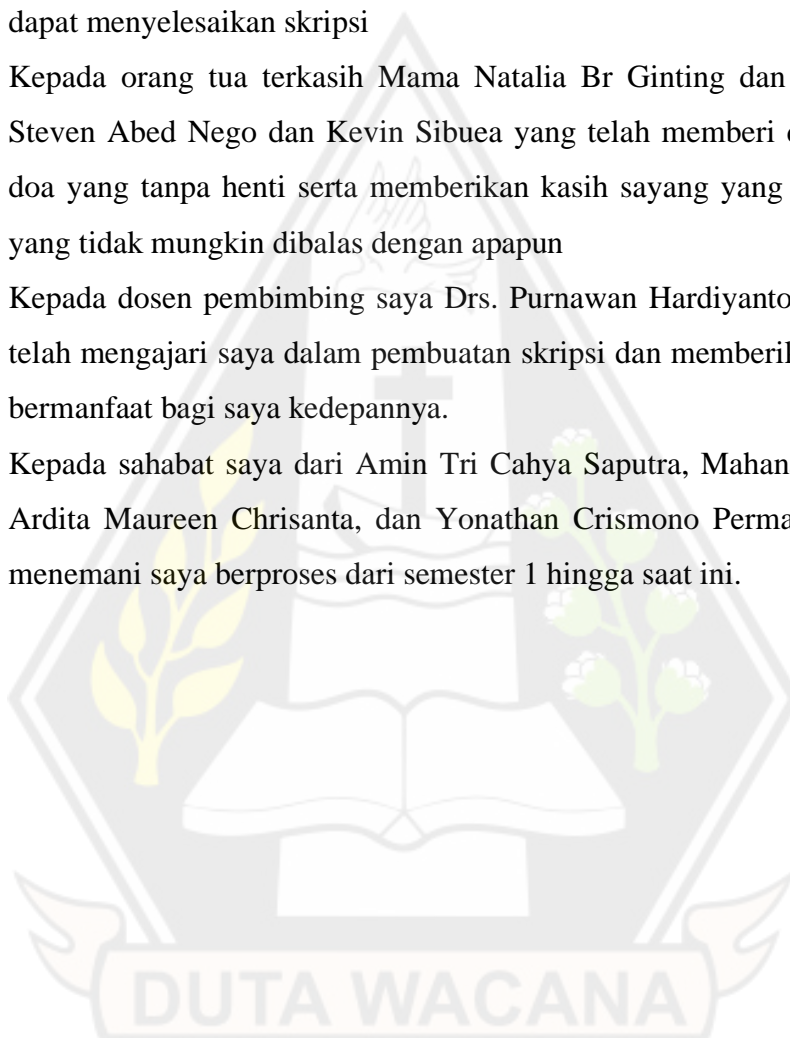
(Alvredo Sibuea)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu memberi saran dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar. Terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan-Nya dan kasih-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi
2. Kepada orang tua terkasih Mama Natalia Br Ginting dan saudara saya Steven Abed Nego dan Kevin Sibuea yang telah memberi dukungan dan doa yang tanpa henti serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tidak mungkin dibalas dengan apapun
3. Kepada dosen pembimbing saya Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., yang telah mengajari saya dalam pembuatan skripsi dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya kedepannya.
4. Kepada sahabat saya dari Amin Tri Cahya Saputra, Mahanara Klawrans, Ardita Maureen Chrisanta, dan Yonathan Crismono Permadi yang telah menemani saya berproses dari semester 1 hingga saat ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Anugerah dan rahmat-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) : KASUS (KFC) DI JALAN SUDIRMAN YOGYAKARTA”**:

Dalam penyusunan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam hal penggunaan Bahasa, keterbatasan keterampilan, kemampuan, pengetahuan penulis maupun penyajian. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan penulis skripsi ini.

Dalam pembuatan susunan skripsi ini, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak

Yogyakarta, 5 Juni 2023



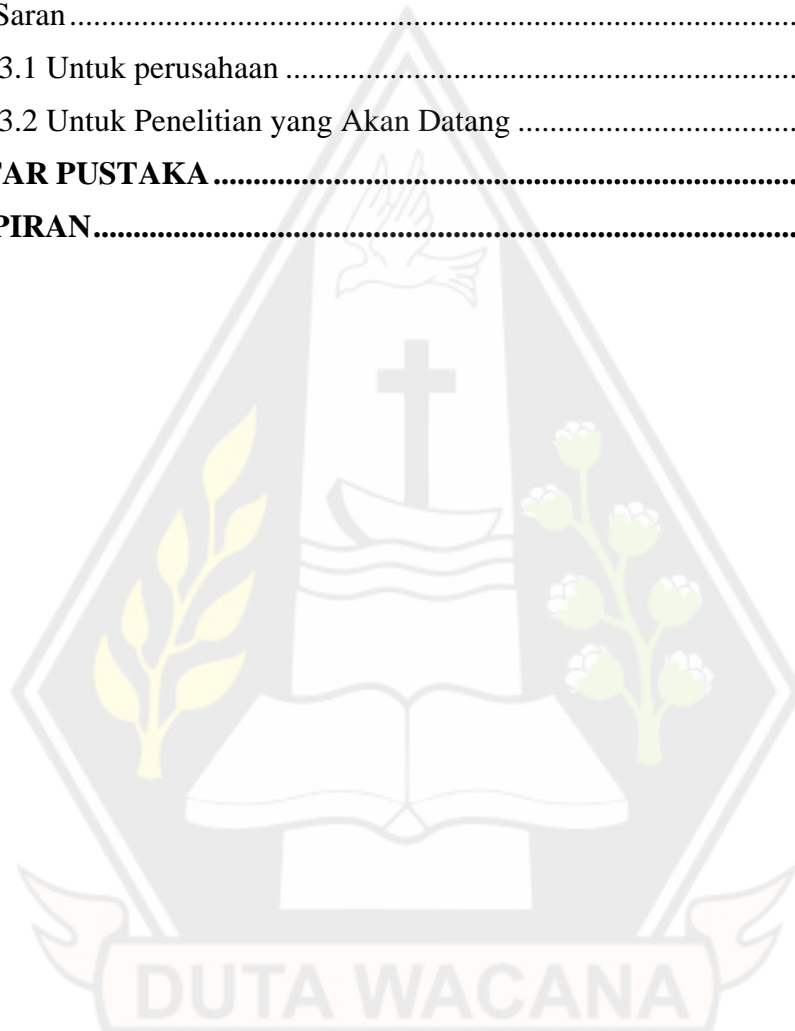
Alvredo Sibuea

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Strategi Promosi	5
2.1.1 Tujuan Promosi	5
2.2 Indikator Strategi Promosi	6
2.3 Kualitas Produk	7
2.3.1 Konsep Kualitas Produk	8
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	9
2.4 Minat Beli	10
2.4.1 Pengertian Minat Beli	10
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	10
2.4.3 Indikator Minat Beli	11
2.5 Penelitian Terdahulu	13

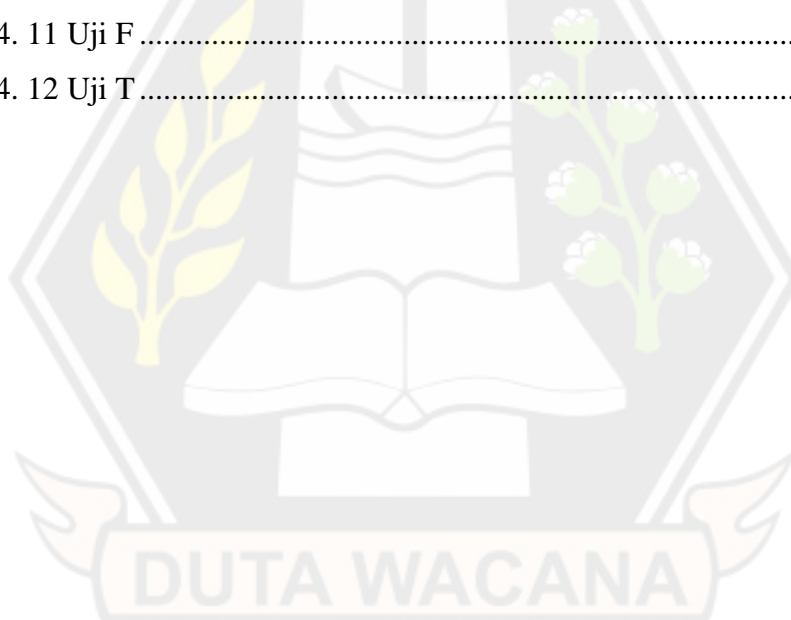
2.6 Hipotesis Penelitian.....	14
2.7. Kerangka Berfikir.....	14
2.7.1 Hubungan Strategi Promosi dan Minat Beli.....	14
2.7.2 Hubungan kualitas Produk dan Minat beli.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel.....	16
3.2.1 Populasi.....	16
3.2.2 Sampel.....	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	18
3.4.1 Variabel.....	18
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.5 Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran Data.....	20
3.6 Metode Analisis Data.....	20
3.6.1 Uji Validitas.....	21
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.6.3 Analisis Deskriptif.....	23
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	24
3.6.6 Uji Simultan (F).....	24
3.6.7 Uji Parsial (t-test).....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	26
4.1 Analisis Deskriptif.....	26
4.1.1 Jenis Kelamin.....	27
4.1.2 Usia.....	27
4.1.3 Pekerjaan.....	28
4.2 Uji Kualitas Data.....	28
4.2.1 Uji Validitas.....	28
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
4.3 Uji Hipotesis.....	31
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
4.3.2 Koefisien Dterminasi (R^2).....	34
4.3.3 Hasil Uji F.....	34

4.3.4 Analisis Uji T.....	35
4.4 Hasil Pembahasan.....	36
4.4.1 Pengaruh Strategi Promosi terhadap Minat Beli.....	36
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	39
5.1 Simpulan.....	39
5.2 Keterbatasan Penelitian	40
5.3 Saran.....	40
5.3.1 Untuk perusahaan	40
5.3.2 Untuk Penelitian yang Akan Datang	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti terdahulu	13
Tabel 3 1 Tabel Oprasional Variabel	119
Tabel 4. 1 Perhitungan Jumlah Sampel.....	26
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4. 5 Hasil uji validitas	29
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4. 7 Reabilitas Kualitas Produk.....	31
Tabel 4. 8 Reabilitas Minat Beli	31
Tabel 4. 9 Regresi Liniear Berganda.....	32
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji Koefesien Determinasi	34
Tabel 4. 11 Uji F.....	34
Tabel 4. 12 Uji T	35



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER.....	44
LAMPIRAN II DATA KUISIONER.....	47
LAMPIRAN III ANALISIS DESKRIPTIF	51
LAMPIRAN IV UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS.....	52
LAMPIRAN V HASIL UJI LINEAR BERGANDA	55
LAMPIRAN VI KARTU KONSULTASI.....	57
LAMPIRAN VII HALAMAN PERSETUJUAN	59
LAMPIRAN VIII LEMBAR REVISI UJIAN PENDADARAN	60
LAMPIRAN IX FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI	61



**Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
Produk Kentucky fried Chiken(KFC) : Kasus (KFC) di Jalan Sudirman
Yogyakarta**

(Studi Pada Kasus (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta)

Alvredo Sibuea

11190691

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

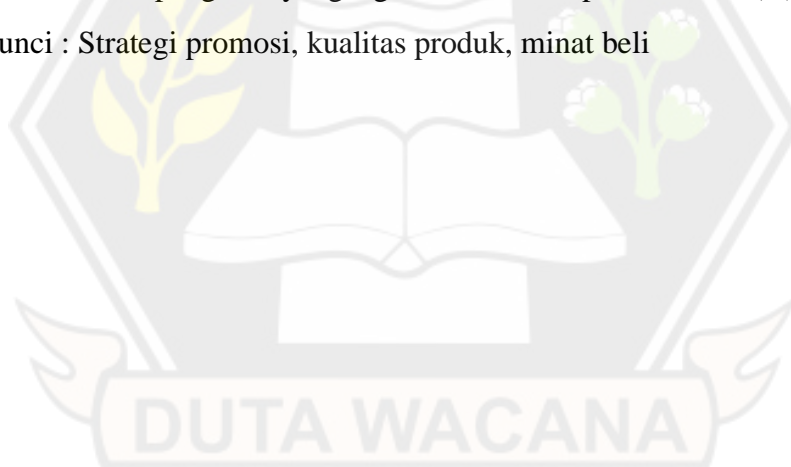
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email : alvredosibuea16@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli *Kentucky Fried chicken* (KFC) di Jalan Sudirman Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah mendatangi restoran cepat saji tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* menggunakan kuisioner sehingga memperoleh informasi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji regresi linier beganda dengan uji hipotesis yaitu uji determinan, uji T dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Promosi (X_1) secara persial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y). Kualaitas Produk (X_2) secara persial memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Strategi Promosi dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Kata kunci : Strategi promosi, kualitas produk, minat beli



The Effect of Promotional Strategy and Product Quality on Interest in Buying Kentucky Fried Chicken (KFC) Products: The Case (KFC) on Jalan Sudirman Yogyakarta

(Case Study (KFC) on Jalan Sudirman Yogyakarta)

Alvredo Sibuea

11190691

Busines Faculty Program Study Management

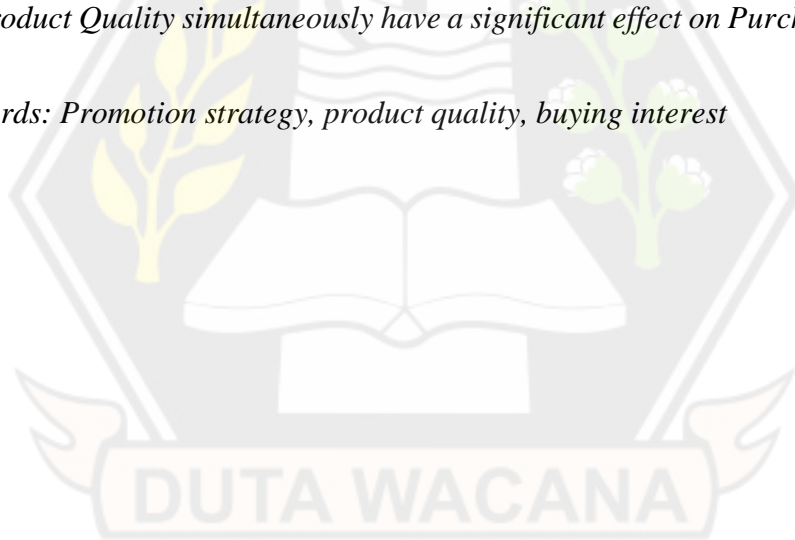
Duta wacana Christian University Yogyakarta

Email : alvredosibuea16@gmail.com

ABSTRACK

This research is to find out the effect of promotion strategy and product quality on buying interest of Kentucky Fried Chicken (KFC) on Jalan Sudirman, Yogyakarta. The population in this study are consumers who have visited the fast food restaurant. The sampling technique used is a purposive sampling technique using a questionnaire to obtain information. This study uses descriptive analysis, multiple linear regression test with hypothesis testing, namely determinant test, T test and F test. The results of this study indicate that the Promotion Strategy (X_1) partially has a significant influence on Purchase Intention (Y). Product Quality (X_2) partially has a significant influence on Purchase Intention (Y). Promotion Strategy and Product Quality simultaneously have a significant effect on Purchase Intention (Y).

Keywords: Promotion strategy, product quality, buying interest



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin sengit, perusahaan perlu mencari strategi pemasaran yang efektif dan responsif. Dalam era globalisasi yang dinamis dan penuh ketidakpastian, perusahaan waralaba seperti Kentucky Fried Chicken (KFC) telah mengimplementasikan berbagai strategi promosi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen. KFC menyajikan beragam menu fast food atau makanan siap saji, termasuk ayam goreng, kentang goreng, burger, spaghetti, dan minuman berkarbonasi.

Restoran KFC menggunakan berbagai metode promosi, termasuk iklan majalah, papan reklame, pertunjukan udara, dan media audio dan visual. Ini termasuk kampanye pemasaran yang menawarkan berbagai cara untuk memikat pelanggan potensial, seperti menawarkan potongan harga atau diskon, memberikan hadiah saat batas pembelian tertentu tercapai, membangun reputasi merek di lingkungan sekitar dengan menyelenggarakan acara sosial, peduli terhadap pemanasan global, dan mengadakan lomba model anak. Sebuah perusahaan sederhana yang ingin menawarkan barang-barang bermanfaat. Selain itu, pendekatan customer service yang mengedepankan keramahan dari karyawan ke konsumen menciptakan hal yang positif baik dan tahan lama dalam pengoperasiannya. Dari waktu ke waktu, seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan era globalisasi, terlihat bahwa masyarakat saat ini bergerak semakin cepat, terutama dalam hal meningkatnya kebutuhan akan barang-barang yang bermanfaat, salah satunya adalah tempat

makan cepat saji. 2014 (Yesenia dan Siregar). Di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta Ada banyak jenis restoran cepat saji yang tersedia saat ini, masing-masing dengan menu dan kisaran harga yang berbeda.

Saat ini KFC dan gerai makanan cepat saji lainnya banyak tersedia di seluruh khususnya di Indonesia di Jalan Sudirman Daerah Khusus di Yogyakarta. Berbagai macam pilihan menu dan harga, kualitas barang makanan dan keragaman menu yang ditawarkan merupakan dua elemen utama yang mempengaruhi kebahagiaan konsumen, menurut Law et al. (2004), yang melakukan studi tentang hubungan antara aspek-aspek tersebut. Menurut sumber yang sama, kualitas produk adalah tanda bahwa bahan-bahannya terbaik dan menunjukkan kebersihan, kesegaran, dan kebersihan tempat makan cepat saji tersebut.

Menurut Atmawati dan Wahyuddin (2004), kualitas dan kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya. Selain itu, ditegaskan bahwa kualitas mendorong klien untuk mengembangkan kualitas yang berhubungan dengan perusahaan atau produk. Potensi jangka panjang untuk koneksi ini berfungsi sebagai sumber pengetahuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi pengalaman negatif pelanggan (Tjiptono, 1996).

Meninggalkan di luar konteks masalah ini, penelitian ini tampaknya membangkitkan rasa ingin tahu untuk meneliti lebih lanjut dan pemahaman yang lebih dalam tentang prinsip dan operasi, serta manfaat taktik promosi dan kualitas produk di perusahaan waralaba. Judul penelitian ini, Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di

Jalan Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta, berfokus pada pengaruh strategi promosi dan kualitas terhadap minat beli konsumen restoran KFC.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan latar belakang yang telah ditetapkan:

1. Bagaimana kualitas produk pada KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh strategi promosi terhadap minat beli pada konsumen restoran KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta?
3. Untuk mengetahui bagaimana minat beli KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji kualitas produk pada KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta
2. Menguji pengaruh strategi promosi terhadap minat beli pada konsumen restoran KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta
3. Menguji untuk mengetahui bagaimana minat beli KFC di Jalan Sudirman Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat membantu bisnis dan menjadi faktor penting dalam kualitas produk dan strategi promosi terhadap minat beli produk KFC

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau wawasan baru tentang bagaimana kualitas produk dan strategi promosi mempengaruhi minat beli untuk membeli produk KFC.

3. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran terkait kualitas produk KFC dan strategi promosi terhadap minat beli.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dengan cara-cara berikut agar tidak terlampaui luasnya suatu masalah dan tidak menyimpang dari rumusan masalah yang mendasar serta memberikan pemahaman terarah yang diperlukan maka batasan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah mendatangi dan pernah mengonsumsi produk dari restoran (KFC) Jalan Sudirman Yogyakarta dengan variabel bebas dalam penelitian ini adalah strategi promosi dan kualitas produk sedangkan variabel terkait adalah minat beli.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut penjelasan tanggapan responden terhadap rencana promosi, *Kentucky fried chicken* (KFC). Kesimpulan: Strategi promosi di Kentucky Fried Chicken (KFC) Jalan Sudirman Yogyakarta dikategorikan baik dan tepat untuk diterapkan. Kesimpulan ini didukung oleh fakta bahwa mayoritas konsumen memberikan respon signifikan terhadap variabel strategi promosi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk Kentucky Fried Chicken (KFC) Jalan Sudirman Yogyakarta berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan dalam melakukan pembelian.
3. Tanggapan responden terhadap minat beli pada *kentucky fried chicken* (KFC) maka dapat disimpulkan bahwasanya konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) telah merasa berminat dengan produk yang telah disediakan, dengan dilakukannya bentuk kegiatan strategi promosi dan kualitas produk yang baik pada *kentucky fried chicken* (KFC), hal ini terlihat dari banyaknya responden yang menanggapi ucapan pada pernyataan yang terkait dengan strategi promosi dan kualitas produk yang dibuat oleh perusahaan. Maka minat konsumen timbul karena strategi promosi dan kualitas produk yang dilakukan *kentucky fried chicken* (KFC)

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen, yaitu strategi promosi dan kualitas produk sehingga penelitian ini belum menjelaskan faktor lain yang mempengaruhi minat beli produk *kentucky fried chicken* (KFC)
2. Sampel dan populasi yang digunakan terbatas, hanya 100 sampel dan populasi dan tempat penelitian hanya di Yogyakarta

5.3 Saran

5.3.1 Untuk perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengemukakan saran – saran sebagai bahan masukan bagi pihak *kentucky fried chicken* (KFC) Jalan Sudirman Yogyakarta yaitu sebagai berikut :

1. Manajemen perusahaan diharapkan melakukan riset dengan harapan untuk meningkatkan strategi promosi yang telah ada guna merangsang minat beli konsumen, mempengaruhi pertumbuhan penjualan, serta meningkatkan citra perusahaan.
2. Setelah mendapatkan hasil pembahasan yang positif mengenai minat beli, perusahaan seharusnya berkomitmen untuk mempertahankan bahkan meningkatkan investasi dalam biaya iklan, biaya personal selling, dan biaya promosi sebagai upaya utama untuk menarik konsumen agar membeli produk lebih.

5.3.2 Untuk Penelitian yang Akan Datang

1. Oleh peneliti yang akan datang, alangkah baiknya dapat menambahkan variabel karakteristik harga dan kualitas layanan.
2. Peneliti masa depan harus dapat memperluas subjek dan sampel mereka untuk mengumpulkan data yang lebih akurat dan tanggapan yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin (2003), Manajemen Produksi dan Industri Kecil. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta, 173*.
- Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall.
- Basu Swastha dan irawan, 2001, Manajemen pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Handoko, T. Hani. 2002. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Edisi II. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2015. *Marketing an Introducing, Global Edition, 12th Edition, Pearson Education*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2006, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis. Edisi Pertama. Cetakan Pertama Yogyakarta : Graha Ilmu
- Lidyawatie. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- McCarthy, E. Jerome. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2016

- Sugiyono, S. (2014). Upaya Dan Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Statement: Media Informasi Sosial dan Pendidikan*, 4(2), 91-96.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (1996). Manajemen Jasa : Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran, Edisi II. Yogyakarta: Andi.
- Yesenia, & Siregar, E. H. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan.

