

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN *FRIED CHICKEN* KFC SUDIRMAN YOGYAKARTA

Rifaldo
19/443030/PT/08162

INTISARI

Membangun suatu bisnis *fried chicken* yang *sustainable* perlu rancangan dan implementasi berbagai faktor penunjang kesuksesan bisnis. Salah satu faktor krusial penyumbang kesuksesan bisnis tersebut adalah faktor strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk makanan *fried chicken* KFC Sudirman Yogyakarta. Jumlah responden yang digunakan untuk analisis pengambilan keputusan konsumen sebanyak 100 orang dengan rentang usia ≥ 17 tahun. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan yaitu metode survey melalui kuesioner dengan skala likert untuk mengumpulkan data primer. Uji validitas instrumen penelitian dengan analisis Pearson Correlation dan uji reliabilitas dengan analisis Alpha Cronbach's. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, nilai koefisien determinasi, uji statistik F, dan uji statistik t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor strategi pemasaran berupa variasi jenis produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ($p > 0,1$). Sementara itu, diskon harga, lokasi, dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk makanan *Fried Chicken* KFC Sudirman Yogyakarta ($p < 0,1$).

(Kata kunci: Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian, *Fried Chicken* KFC, Konsumen)

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON THE PURCHASING DECISION OF KFC SUDIRMAN FRIED CHICKEN PRODUCT IN YOGYAKARTA

Rifaldo
19/443030/PT/08162

ABSTRACT

Building a sustainable fried chicken business requires the design and implementation of various supporting factors for business success. One of the crucial factors contributing to the success of the business is the marketing strategy factor. This study aims to determine and analyze the marketing strategy factors that influence consumer decision making in buying KFC Sudirman Yogyakarta fried chicken food products. The number of respondents used for consumer decision-making analysis are 100 people with an age range of greater than or equal to 17 years. Determination of the sample is done by purposive sampling method. The method used is a survey method through a questionnaire with a Likert scale to collect primary data. Test the validity of the research instrument with Pearson Correlation analysis and reliability test with Cronbach's Alpha analysis. The data analysis technique used is multiple regression analysis, the value of the coefficient of determination, the F statistical test, and the t statistical test. The results showed that marketing strategy factors in the form of variations in product types partially did not influence purchasing decisions ($p > 0,1$). Meanwhile, price discounts, location, and sales promotions partially have a significant effect on purchasing decisions in buying Fried Chicken KFC Sudirman Yogyakarta food products ($p < 0,1$).

(Keywords: Consumers, Decision-making factors, KFC Fried Chicken)