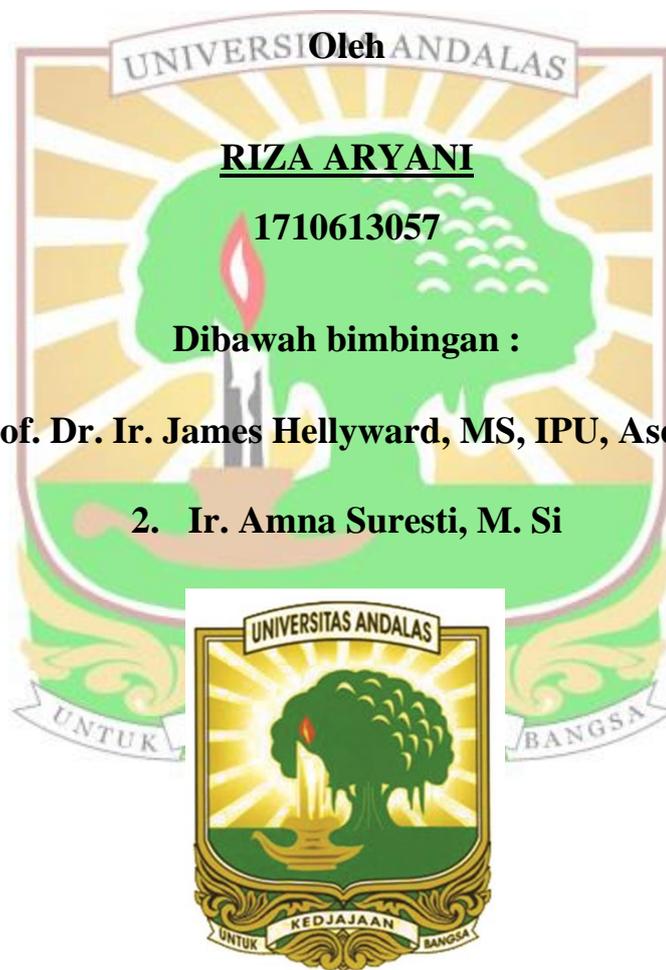


**Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Bauran
Pemasaran Pada Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Ahmad**

Yani Kota Padang

SKRIPSI



FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2021

**Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Bauran Pemasaran
Pada Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Ahmad Yani Kota Padang.**

Riza Aryani, di bawah bimbingan
Prof. Dr. Ir. James Hellyward, MS, IPU, Asean Eng dan **Ir. Amna Suresti, M.Si**
Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas, 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan untuk menganalisis keputusan pembelian konsumen pada restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) ditinjau dari bauran pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan di KFC cabang Ahmad Yani, Kecamatan Padang Barat Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan jumlah responden 100 orang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut: 1) Pada karakteristik konsumen, bauran produk dan bauran tempat memiliki kriteria baik dalam pengambilan keputusan konsumen yang mayoritas berusia 12-25 tahun, dengan jenis kelamin terbanyak perempuan, berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dan memiliki pendapatan terbanyak <Rp1.500.000 per bulan. 2) Keputusan pembelian konsumen ditinjau dari bauran pemasaran berada pada kriteria baik dengan TCR 80,82%. Bauran yang peranannya paling penting terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan yaitu bauran tempat dengan TCR 84,86% sedangkan bauran terendah terdapat pada bauran harga dengan TCR 76,73% kriteria cukup baik.

Kata Kunci : *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, karakteristik konsumen, keputusan pembelian, bauran pemasaran, Covid-19