

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KFC DI PLAJU PALEMBANG**

SKRIPSI



NAMA : TRI KINDI ANI

NIM : 212015186

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KFC DI PLAJU PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



NAMA : TRI KINDI ANI

NIM : 212015186

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Kindi Ani
NIM : 212015186
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC DI
PLAJU PALEMBANG

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang ataupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Januari 2019



Tri Kindi Ani

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC di Plaju Palembang
Nama : Tri Kindi Ani
NIM : 212015186
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal. Januari 2019

Pembimbing I,



M. Idris, H. S.E., M.Si., Dr
NIDN : 0213106001

Pembimbing II,



Edy Liswani, S.E., M.Si
NIDN : 0027086001

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., MM
NIDN : 0216057001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Untuk Ayah dan Ibu
"Ranking-1 " ku di Dunia**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Ibuku yang sangat ku cintai dan ku hormati ibu minarni, dan ayahku saudi
- Keluarga dan Saudara kandungku yang selalu mensupport, memotivasi, dan memberikan banyak doa
- Tuhan, bangsa dan almamater
- Teman-teman fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Palembang
- Seluruh keluarga besar paket 06 dan konsentrasi pemasaran 2015
- Dan pihak-pihak yang banyak membantu di belakang layar, yang tak terketik oleh jemari

PRAKARTA

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC di plaju Palembang, sebagaimana waktu yang telah di jadwalkan.

Di era modernisasi seperti saat ini, berkembang gaya hidup yang praktis dan instan yang mempengaruhi hampir seluruh populasi yang ada di dunia, dimana masyarakat lebih memilih restoran cepat saji atau yang dikenal dengan fast food.

Kentucky Fried Chiken merupakan restoran cepat saji yang sangat terkenal atau biasa disebut *KFC*. KFC menyediakan makanan dan minuman cepat saji yang dapat langsung dinikmati oleh para konsumennya, icon dari restoran ini adalah “jagonya Ayam” dikarekan menu utama yang ditawarkan oleh KFC adalah ayam goreng yang renyah, empuk, dan crispy. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian uuntuk mengkaji kemungkinan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada restoran KFC ini . Adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima Bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan dan bab simpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini karena dukungan dan bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tulus, dan juga memberi motivasi untuk keberhasilan agar dapat mewujudkan cita-cita. Selain itu, dengan segala kerendahan hati, tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak DR Abid Djazuli, S.E, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Hj.Maftuhah Nurahmi S.E. M.Si dan ibu DR Diah Isnaini Asiati S.E.M.M selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
4. Bapak M. Idris, H.S.E.M.Si.,Dr (pembimbing skripsi I) dan Bapak Edy Liswani S.E.,M.Si (Pembimbing II).
5. Seluruh dosen-dosen di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya. Aamiin

Wassalamualaikum Wr.Wb

Palembang, Januari 2019

Penulis

Tri Kindi Ani

DAFTAR ISI

BAGIAN AWAL

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKARTA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	vii
HALAMAN DAFTAR TABEL	viii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	ix
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi

BAGIAN ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat penelitian	11
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori	12
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	26
C. Operasionalisasi Variabel	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Data yang diperlukan	29
F. Metode Pengumpulan data	29
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	66
A. Simpulan	66
B. Saran	67

BAGIAN AKHIR

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Harga KFC	7,8,9
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel	27
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	39
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Faktor Budaya.....	40
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Faktor Sosial	40
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi	41
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Faktor Psikologi.....	42
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel IV.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Budaya	44
Tabel IV.13	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial	46
Tabel IV.14	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pribadi.....	47
Tabel IV.15	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Psikologi	48
Tabel IV.16	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	50
Tabel IV.17	Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel IV.18	Hasil Uji F (Simultan)	53
Tabel IV.19	Hasil Uji T (Persial).....	54
Tabel IV.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Model Lima Tahap Pengambilan Keputusan.....	2
Gambar II.1	Model Perilaku Konsumen	13
Gambar II.II	Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Aktivitas Bimbingan Penulisan Skripsi

Lampiran 4 Surat Keterangan Riset

Lampiran 5 Sertifikat TOEFL

Lampiran 6 Sertifikat AIK

Lampiran 7 Data dan Hasil Pengolahan

Lampiran 8 Biodata Peneliti

ABSTRAK

Tri Kindi Ani/212015186/2019/ Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian produk KFC di Plaju Palembang/Manajemen Pemasaran.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, dan pengujian hipotesis. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Variabel Independen yaitu budaya (x1), sosial (x2), pribadi (x3) dan psikologis (x4), untuk variabel dependen yaitu Struktur Keputusan Pembelian (Y). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen KFC plaju Palembang, jumlah tidak diketahui pasti (*infinite*) dengan sampel sebanyak 96 responden yang diambil dengan cara purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan wawancara. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program SPSS 23,0 for windows. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : Perilaku Konsumen (X) yang terdiri dari variabel budaya (x1), sosial (x2), pribadi (x3) dan psikologis (x4) menunjukkan ada pengaruh yang positif secara bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian (Y). Perilaku Konsumen yang terdiri dari variabel budaya (x1) sosial (x2) pribadi (x3) dan psikologi (x4) secara parsial juga mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tri Kindi Ani / 212015186/2019 / Influence of Consumer Behavior on KFC Product Purchase Decisions in Plaju Palembang / Marketing Management.

This study uses an associative type of research, because this study aims to determine and explain the influence of Consumer Behavior on Purchasing Decisions, and hypothesis testing. The variables in this study are as follows: Independent variables namely culture (x1), social (x2), personal (x3) and psychological (x4), for the dependent variable, namely the Purchase Decision Structure (Y). The population of this research is all KFC consumers in Palembang, the number of unknown (infinite) with a sample of 96 respondents taken by purposive sampling. Data collection techniques in this study using questionnaire and interview methods. Test the instrument by using validity test and reliability test. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The data obtained is processed using the SPSS 23.0 for Windows program. The results of the study show that: Consumer Behavior (X) which consists of cultural (x1), social (x2), personal (x3) and psychological (x4) variables shows that there is a positive influence together on the Purchase Decision (Y). Consumer behavior which consists of cultural (x1) social (x2) personal (x3) and physiology (x4) variables also partially affects Purchasing Decisions(Y).

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang sangat pesat sehingga mengarah pada persaingan bisnis yang sangat ketat pula, khususnya pada perusahaan yang memiliki produk yang sama. Perusahaan dituntut memiliki keunggulan tersendiri untuk memikat konsumen sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah ada. Salah satu perusahaan yang sangat berkembang pesat pada saat ini adalah perusahaan yang berjenis makanan cepat saji. Tidak dapat dipungkiri melihat perkembangan sosial dan budaya masyarakat yang semakin maju dan *modern*, sehingga banyak masyarakat yang menyukai hal-hal yang serba *instan*. Banyaknya masyarakat yang memilih makanan serba instan karena mereka dapat mengefesiesikan waktu mereka tanpa harus membuat terlebih dahulu. Salah satu makanan cepat saji yang berkembang pada saat ini adalah *fried chicken*. *Fried chicken* merupakan salah satu makanan cepat saji yang banyak digemari oleh masyarakat. Setiap daerah di Indonesia memiliki perusahaan yang memproduksi makanan berjenis *fried chicken*, salah satunya adalah di Palembang. Para pengusaha dalam bidang makanan cepat saji saling berlomba untuk memvariasikan produk makanannya dari produk, rasa, sajian, maupun pelayanan yang ditawarkan. Hal-hal tersebut dilakukan demi menarik para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di restorannya. Melihat kondisi perkembangan dan persaingan bisnis seperti ini membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu,

perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang tepat dan melihat faktor-faktor konsumen yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Sebelum seorang konsumen memilih dan kemudian memustuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk tertentu, konsumen tersebut akan melalui beberapa proses sebelum pengambilan keputusan hingga prilakunya pasca pembelian terhadap produk tersebut.



Gambar 1 : Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Sumber : (Kotler dan Keller, 2009 : 185)

Pengambilan keputusan membeli adalah proses dari pengenalan masalah, pencarian informasi tentang suatu produk tersebut, evaluasi dari penilaian suatu produk dan seleksi alternative produk, sehinggann konsumen berada pada tahap keputusan pembelian, dan perilaku konsumen pasca pembelian, baik atau buruk setelah memutuskan pembelian pada suatu produk tertentu. Konsumen dalam melakukan keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan, dipengaruhi oleh beberapa persepsinya seperti, kualitas produknya, harga suatu produk, citra merek yang dimiliki pada produk tersebut, kualitas pelayanannya, tempat, dan lain-lain. Salah satu komponen dalam keputusan pembelian adalah merek, dimana merek sangat berpengaruh bagi konsumen. Sebuah merek yang

dikenal mempunyai kemungkinan bisa diandalkan, kemantapan dalam bisnis, dan kualitas yang bisa diandalkan, menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual. Semua hal tersebut dilakukan oleh perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen dan arena terdapat berbagai macam produk yang sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Melihat fakta yang terjadi, konsumen banyak melakukan keputusan pembelian jika produk tersebut telah memiliki merek yang terkenal dibandingkan dengan produk yang mempunyai merek standar.

Merek merupakan identitas yang dimiliki suatu produk berupa nama, gambar atau logo, huruf. Merek dapat digunakan untuk mempromosikan hasil produk suatu perusahaan, selain itu merek juga dapat sebagai jaminan atas mutu dan kualitas produk dengan merek tertentu. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merek tertentu yang terbentuk dari informasi dan pengalaman yang bersifat masa lalu pada merek tersebut. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan keputusan pembelian.

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi tingkat persaingan bisnis adalah gaya hidup masyarakat yang selalu berubah dari masa ke masa. Pada era modernisasi seperti saat ini, berkembang gaya hidup yang praktis dan instan yang mempengaruhi hampir seluruh populasi yang ada di dunia. Gaya hidup instan merupakan gaya hidup yang serba cepat, tepat, dan efektif. Hal ini tentu

berpengaruh dalam persaingan bisnis, yang kemudian direspon oleh produsen sehingga mereka menyediakan produk instan untuk masyarakat yang serba instan. Bisnis yang sangat berpengaruh untuk perubahan budaya masyarakat yang serba instan salah satunya adalah restoran cepat saji atau lebih dikenal dengan *fast food*. Restoran siap saji (*fast food restaurant*) adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu relatif singkat dari pemesanan sampai penyajian kepada pelanggan. Restoran cepat saji ini kebanyakan cabang atau waralaba dari restoran luar negeri. Umumnya sajian berupa pizza, kentang goreng, burger atau ayam goreng. Mudah-mudahan memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli. Konsep dari restoran makanan cepat saji adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dengan waktu yang sesingkat mungkin, konsep ini dipenuhi dan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin makanan berkualitas dengan mengefesiansikan waktu. Berikut adalah beberapa nama *restaurant* cepat saji yang terdapat di Palembang KFC, Hoka-Hoka Bento, MC Donald, A&W, Texas Chicken, Burger Maxx, dan CFC.

(<https://acara-event.com/10-restaurant-fast-food-favorit/>).

Di Palembang sendiri terdapat 14 cabang KFC yang tersebar di berbagai pusat kota, salah satu cabang KFC yang ada di Palembang adalah KFC plaju. KFC plaju merupakan satu-satunya cabang KFC yang berada di Seberang Ulu, yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani No.83 RT.002/01 9/10 ULU, Seberang Ulu 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Peneliti memilih lokasi di KFC Plaju Seberang Ulu II Palembang karena pertimbangan latar belakang dan pendapatan

masyarakat yang beragam dari masyarakat yang notabene perekonomiannya kelas bawah, menengah dan atas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku belanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam membeli produk.

KFC merupakan salah satu makanan siap saji yang menjadi *top brand*. Makanan siap saji ini digemari dan diminati oleh semua generasi baik tua maupun muda. KFC menyediakan makanan dan minuman cepat saji, yang dapat langsung dinikmati oleh para konsumennya. *Icon* dari restoran KFC adalah “jagonya ayam”, dikarenakan menu utama yang ditawarkan oleh KFC adalah ayam goreng yang renyah, empuk, dan dipenuhi oleh *crispy* atau biasa disebut dengan *fried chicken*. Di samping itu, KFC juga menyediakan menu lain selain *fried chicken* yaitu *burger*, *twister*, *box rice*, kenatang, dan lainnya. Salah satu keunikan KFC adalah di tiap lokasi restorannya selalu ada paket makanan atau menu murah, misalnya paket nasi dan lauk yang hanya sekian ribu rupiah, menu super murah dan sebagainya. Paket harga istimewa ini ada yang dijadikan paket tetap dan ada yang dirotasi atau terus dimodifikasi. Dengan demikian, setiap pembeli akan selalu memiliki alternatif menu murah setiap kali makan.

Tabel 1.1
Daftar Harga KFC 2018
KFC Menu Kombo

Menu	Crispy	Original
Paket KFC chaki kids meal sponge bob	Rp.34.545	Rp.34.545
Paket KFC kombo super family	Rp.98.182	Rp.100.000
Paket KFC kombp super star + 2puding	Rp.71.818	Rp.76.636
Paket KFC super besar 1	Rp.24.091	Rp.25.000
Paket KFC super besar 2	Rp.35.000	Rp.36.818

Sumber: <https://hargamenu.net>

KFC Menu Goceng

Menu KFC	Harga KFC
Cream soup	Rp.5.000
KFC pudding	Rp.5.000
KFC soup	Rp.5.000
Perkedel	Rp.5.000

Sumber: <https://hargamenu.net>

Paket KFC menu Praktis

Menu KFC	Harga KFC
Chicken Fillet	Rp.9.999
Fish Fillet	Rp.9.999
OR Burger	Rp.9.999
Oriental Bento	Rp.9.999
Twisty	Rp.9.999

Sumber: <https://hargamenu.net>

Menu KFC Minuman (Beverages)

Pepsi can	Rp.9.091
Tropicana Twister	Rp.5.000
Aqua	Rp.5.909
Frestea	Rp.8.182
Hot Brulle Coffee	Rp.10.155
Hot Cappucino Brulle	Rp.19.090
Ice Latte Brulle	Rp.23.650
Hazelnut Coffe	Rp.10.453
Mocca Latte	Rp.20.909
Hot Chocolate	Rp.20.000

Sumber: <https://hargamenu.net>

Tabel 1.2

Tanggapan Konsumen Terhadap Pembelian Produk KFC

No	Indikator	Jumlah
1	Cepat saji	11
2	Fasilitasnya lengkap	4
3	Pilihan menu banyak	4
4	Ada layanan delivery	6
5	Lokasinya strategis	5
	Jumlah	30

Sumber : Wawancara pra riset, 2018

Berdasarkan Tabel di atas. Dihubungkan dengan perilaku konsumen dan keputusan pembelian dapat diuraikan sebagai berikut :

Fasilitasnya lengkap, pilihan menu banyak, terdapat layanan delivery, dan lokasi yang strategis, merupakan indikator dalam teori keputusan pembelian. KFC dikenal memiliki fasilitas yang lengkap dan pelayanannya yang cepat juga tempat dan lokasinya yang mudah ditemukan di berbagai pusat kota. Walaupun demikian, keluhan dari konsumen masih tetap ada seperti konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan yang artinya terjadi ketidaksesuaian antara harapan dengan yang diberikan.

Cepat saji dalam teori perilaku konsumen merupakan indikator gaya hidup. Gaya hidup instan merupakan gaya hidup yang serba cepat, tepat, dan efektif. Hal ini tentu berpengaruh dalam perilaku konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Kebanyakan orang yang memilih membeli makanan cepat saji KFC

ini menyebabkan kemalasan, akibatnya orang menjadi malas untuk memasak dan ketergantungan terhadap produk yang instan.

Memahami perilaku konsumen termasuk bukan masalah sederhana, para konsumen mungkin menyatakan kebutuhan mereka namun sering pula bertindak sebaliknya. Para konsumen mungkin menanggapi Palembang yang hampir mendekati kota metropolitan karena dipengaruhi oleh aspek sosial budaya yang datang dari luar negeri sehingga merubah pergeseran fungsi dari sebuah *restaurant* cepat saji. Disamping sebagai tempat makan, tidak jarang KFC digunakan juga sebagai tempat untuk melakukan pertemuan khusus, bersosialisai, memperluas jaringan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian penelitian dengan judul **Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kfc di plaju Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sbagai berikut : Apakah ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC di plaju Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC di plaju Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

Untuk menambah wawasan serta menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah kedalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan.

2. Bagi Almamater

Memperkaya referensi mata kuliah terkait bagi program studi ekonomi manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

Danang Sunyoto. 2014 *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama.
Jakarta:Penerbit BukuSeru.

Didin Kartikasari. 2013 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie di Fakultas Administrasi Universitas Brawijaya. *Jurnal KBP*, 1(3)h 2-5,

Fauzi Ridwan (2017).*Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*. Palembang: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Fransisca Paramitasari Musay. 2015 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen KFC Kawi Malang. *Jurnal JRMB* 2(2)h 2-5,

Kotler, Philip. 2007,2008,2009 *Manajemen Pemasaran* 2,Edisi Revisi.
Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.

M.iqbal Hasan. 2012 *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif*. Edisi Kedua. Jakarta:Penerbit Bumi Aksara

Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2010. *Consumer Behavior: Fifth Edition*.New Jersey. Prentice-Hall Inc.

Swastha, Basu & Handoko, Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.

Sugiyono. 2009,2010,2012,2013 *.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D..* Bandung: CV.Alfabeta.

<https://id.wikipedia.org/wiki/KFC>

<https://hargamenu.net>