

**PENGARUH STRATEGI BUNDLING KENTUCKY FRIED
CHICKEN (KFC) DENGAN ALBUM MUSIK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen




RESYA SEPTIAN WIBOWO

1171901023

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Resya Septian Wibowo
NIM : 1171901023
Tanda Tangan : 
Tanggal : 21 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Resya Septian Wibowo
NIM : 1171901023
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Bundling Kentucky Fried Chicken (KFC) Dengan Album Musik Terhadap Minat Beli Konsumen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Politik, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M

Penguji : Holila Hatta, S.Pd, M.M

Penguji : Dr. Ir. Didit Herawan, M.B.A



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2019

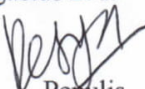
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**Pengaruh Strategi *Bundling* Kentucky Fried Chicken (KFC) Dengan Album Musik Terhadap Minat Beli Konsumen**". Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir mungkin tidak akan selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dominica Widyastuti, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, M.B.A dan Ibu Holila Hatta, S.Pd, M.M selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk memberi masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu, Bapak dan kakak tercinta selaku keluarga penulis yang telah memberi dukungan baik material maupun moral;
4. Rekan-rekan Program Studi Manajemen Kelas Karyawan angkatan 2017 yang telah membantu dan mendukung pada masa perkuliahan penulis;
5. Sahabat-sahabat di luar kampus yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 21 Agustus 2019


Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Resya Septian Wibowo
NIM : 1171901023
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Strategi *Bundling* Kentucky Fried Chicken (KFC) Dengan Album Musik Terhadap Minat Beli Konsumen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Agustus 2019

Yang menyatakan



(Resya Septian Wibowo)

**PENGARUH STRATEGI *BUNDLING* KENTUCKY FRIED CHICKEN
(KFC) DENGAN ALBUM MUSIK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN**

Resya Septian Wibowo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Produk *Bundling* Album Musik terhadap Minat Beli Konsumen KFC. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang berasal dari semua kalangan yang pernah mengunjungi KFC. Sampel dikumpulkan dengan teknik *Convenience Sampling Method*. Regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan Produk *Bundling* dan Keputusan Pembelian sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk *Bundling* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Kentucky Fried Chicken (KFC)

Kata kunci : Produk *Bundling*, Minat Beli, *KFC*

**THE INFLUENCE OF BUNDLING STRATEGY KENTUCKY FRIED
CHICKEN (KFC) WITH ALBUM MUSIC ON INTEREST BUYING OF
CONSUMER**

Resya Septian Wibowo

ABSTRACT

This study aims to find out how the influence of Product Bundling KFC. This study uses a quantitative approach and involves 100 respondents. Respondents in this study were men and women from all walks of life who had visited KFC. Samples are collected using the Convenience Sampling Method technique. Simple linear regression is used to analyze data. This study uses Product Bundling and Interest Buying as the object of research. The results of this study indicate that Product Bundling have a positive and significant effect on Consumer Interest Buying of Consumer at KFC.

Keywords: Product Bundling, Interest Buying, KFC

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR HISTOGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	6
2.2.1 Pengertian Bauran Promosi.....	6
2.3 <i>Bundling</i>	8
2.3.1 Pengertian <i>Bundling</i>	8

2.3.2	<i>Product Bundling</i>	8
2.3.3	Indikator <i>Bundling</i>	9
2.4	Perilaku Konsumen	10
2.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.4.2	Minat Beli.....	10
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	11
2.4.4	Indikator Minat Beli	11
2.5	Penelitian Terdahulu.....	11
2.6	Kerangka Pemikiran.....	12
2.7	Hipotesis.....	12
BAB III	METODE PENELITIAN	13
3.1	Desain Penelitian	13
3.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	13
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian	13
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	14
3.3	Populasi dan Sampling	15
3.3.1	Populasi	15
3.3.2	Sampling	15
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.4.1	Sumber Data Primer	16
3.4.2	Sumber Data Sekunder	16
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.5	Teknik Analisis Data	17
3.5.1	Analisis Deskriptif	17
3.5.2	Uji Instrumen	18

3.5.2.1 Uji Validitas	18
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	18
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	18
3.5.3.1 Uji Heteroskedastisitas	19
3.5.3.2 Uji Normalitas	19
3.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	19
3.5.5 Uji T (Parsial)	20
3.6 Batasan Penelitian	20
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	21
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	21
4.2 <i>Pre-Test</i> Kuesioner.....	23
4.3 Analisis Statistik.....	24
4.3.1 Uji Validitas	24
4.3.2 Uji Realibilitas	25
4.3.3 Pembahasan Hasil Jawaban Responden	25
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	36
4.4.1 Uji Heteroskedastisitas	36
4.4.2 Uji Normalitas	36
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	37
4.5.1 Uji T	38
4.8 Pembahasan.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel Penelitian	14
Tabel 3.2	Tabel Penelitian Skala Likert	17
Tabel 4.1	Tabel Karakteristik Responden.....	21
Tabel 4.2	Tabel Uji Validitas dan Realibilitas 30 Responden.....	23
Tabel 4.3	Tabel Hasil Uji Validitas 100 Responden	24
Tabel 4.4	Tabel Hasil Uji Realibilitas 100 Responden	25
Tabel 4.5	Tabel X.1	26
Tabel 4.6	Tabel X.2	27
Tabel 4.7	Tabel X.3	28
Tabel 4.8	Tabel X.4	29
Tabel 4.9	Tabel X.5	30
Tabel 4.10	Tabel X.6	31
Tabel 4.11	Tabel Y.1	32
Tabel 4.12	Tabel Y.2	33
Tabel 4.13	Tabel Y.3	34
Tabel 4.14	Tabel Y.4	35
Tabel 4.15	Tabel <i>Coefficients</i>	38
Tabel 4.16	Tabel <i>Coefficients</i>	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	12
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	36
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	37

DAFTAR HISTOGRAM

Histogram 1.1 X.1	26
Histogram 1.2 X.2	27
Histogram 1.3 X.3	28
Histogram 1.4 X.4	29
Histogram 1.5 X.5	30
Histogram 1.6 X.6	31
Histogram 1.7 Y.1	32
Histogram 1.8 Y.2	33
Histogram 1.9 Y.3	34
Histogram 1.10 Y.4	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	47
Lampiran 2 Data Mentah Jawaban Kuesioner.....	50
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20	53