

## ABSTRAK

Ditengah persaingan industry yang ketat sebuah perusahaan diharuskan menciptakan suatu inovasi tersendiri supaya lebih unggul daripada pesaingnya. Hal tersebut dilakukan agar suatu perusahaan dapat mempertahankan pelanggan mereka agar memiliki sifat loyalitas yang tinggi. California Fried Chicken merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yang menawarkan produk – produk makanan siap saji seperti ayam goreng yang berada dibawah PT. Pioneerindo Gourmet International. Tbk. CFC *store* universitas telkom menggunakan *Mobile Marketing* untuk memasarkan produknya melalui SMS. Dalam *mobile marketing* yang CFC lakukan juga memberikan diskon khusus bagi pelanggan yang melakukan transaksi dengan menu tertentu. Hal tersebut dilakukan CFC demi menciptakan daya tarik pelanggan yang akhirnya akan menimbulkan daya minat beli pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan bersifat deskriptif. Jumlah seluruh anggota yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mobile marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen california fried chicken store universitas telkom. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui besarnya pengaruh *mobile marketing* (X) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 29,9%. Sedangkan sisanya sebesar 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra produk, sikap konsumen (Lutfia Lasfita, Andriani Kusumawati dan Sunarti 2015) dan lain- lain

**Kata Kunci : Minat Beli, *Mobile Marketing***