

ABSTRAK

Dengan banyaknya industri makanan cepat saji saat ini maka semakin besar persaingan yang terjadi saat ini, sehingga para pelaku usaha restoran *fast food* semakin gencar untuk membuat inovasi yang baru pada produknya dan memperhatikan yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen untuk mendapatkan atau membeli produk-produk tersebut. Dengan demikian, perusahaan harus memperhatikan yang dibutuhkan oleh konsumen seperti dalam rasa dari produk, cara penyajiannya kepada konsumen serta pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di KFC Cabang Buah Batu, Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan jenis *sampling* insidental, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji F. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 20.

Bauran pemasaran pada KFC Cabang Buah Batu, Bandung memiliki nilai persentase sebesar 82,56%. Minat beli konsumen memiliki nilai persentase sebesar 77,88%. Hasil dari penelitian ini adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, bukti fisik, kemasan dan pembayaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 46,2% sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan penelitian pada perusahaan sejenis dibidang restoran *fast food* yang memiliki kualitas produk yang baik seperti Mc Donalds, Richeese dan Hoka-Hoka Bento sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan perbandingan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Minat Beli Konsumen.