

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah tahapan analisis data dilakukan dan berdasarkan hasilnya, maka dapat dilakukan suatu pengambilan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini dan merupakan jawaban akhir dari masalah yang telah dirumuskan dalam BAB I.

Sedangkan saran diperlukan untuk memberikan masukan-masukan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang didapat dalam analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Ditinjau dari karakteristik jenis kelamin, konsumen KFC Yogyakarta sebagian besar adalah wanita, yaitu sebesar 51%, sedangkan pria sebesar 49%.
2. Berdasarkan karakteristik usianya, konsumen KFC Yogyakarta mayoritas berusia 20 – 29 tahun, sebesar 39%. Sedangkan yang berusia 30 – 39 tahun sebesar 30%, usia di atas 40 tahun sebesar 19% dan yang berusia 10 – 19 tahun sebesar 12%.
3. Ditinjau dari karakteristik pekerjaan, konsumen KFC Yogyakarta sebagian besar adalah wiraswasta yaitu sebanyak 29%, kemudian pegawai negeri

sebanyak 24%, karyawan swasta sebanyak 23%, ibu rumah tangga sebanyak 14% dan pelajar serta lain-lain masing-masing sebanyak 5%.

4. Dari segi karakteristik pengeluaran per bulan untuk makan diluar, mayoritas konsumen KFC Yogyakarta adalah mereka dengan pengeluaran per bulan sebesar Rp 50.000,00 – Rp 100.000,00 sebanyak 39%, kemudian diatas Rp 100.000,00 sebesar 33% dan Rp 10.000,00 – Rp50.000,00 sebesar 28%.
5. Terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi tingkah laku membeli dari konsumen KFC Yogyakarta, ditinjau dari karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pengeluaran per bulan untuk makan diluar.
6. Rasa merupakan faktor yang paling penting bagi konsumen KFC Yogyakarta dalam membeli ayam goreng KFC, dibandingkan dengan faktor-faktor lain yang ada, dengan mean sebesar 4,14.
7. Faktor pelayanan (mean 4,04), suasana restoran (mean 3,78), lokasi restoran (mean 3,68), pendapatan (mean 3,24), harga produk (mean 3), keluarga (mean 2,57), kebutuhan (mean 2,56), teman (mean 2,53) dan jabatan/pekerjaan (mean 2,31) menempati urutan kedua sampai dengan sepuluh.
8. Sedangkan faktor persepsi (mean 2,28), kepribadian (mean 2,26), agama (mean 2,22), rekan kerja (mean 2,2), gaya hidup (mean 2,18), pendidikan (mean 2,15), wilayah geografis (mean 2,15), status (mean 2,13), citra diri (

mean 2,12) dan hobi (mean 2,12) menempati urutan kesebelas sampai dengan kedua puluh.

9. Faktor motivasi (mean 2,07), usia (mean 2,07), budaya ( mean 2,02), tetangga (mean 1,73) dan ras (mean 1,65) berada pada urutan kedua puluh satu sampai dengan kedua puluh lima.
10. Tingkah laku pembelian yang paling banyak terjadi dalam konsumsi ayam goreng KFC adalah perilaku membeli yang mencari variasi, dimana konsumen membeli ayam goreng KFC karena ingin mencari variasi makanan dan bukan karena tidak senang dengan jenis makanan yang lain.
11. Pilihan produk konsumen dan pilihan-pilihan jasa berubah secara terus menerus. Seorang manajer pemasaran harus mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang konsisten dan terus menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.
12. Untuk alasan kepraktisan tidak dinyatakan secara eksplisit dan faktor kecepatan dimasukkan kedalam faktor pelayanan.

## **V.2 Saran**

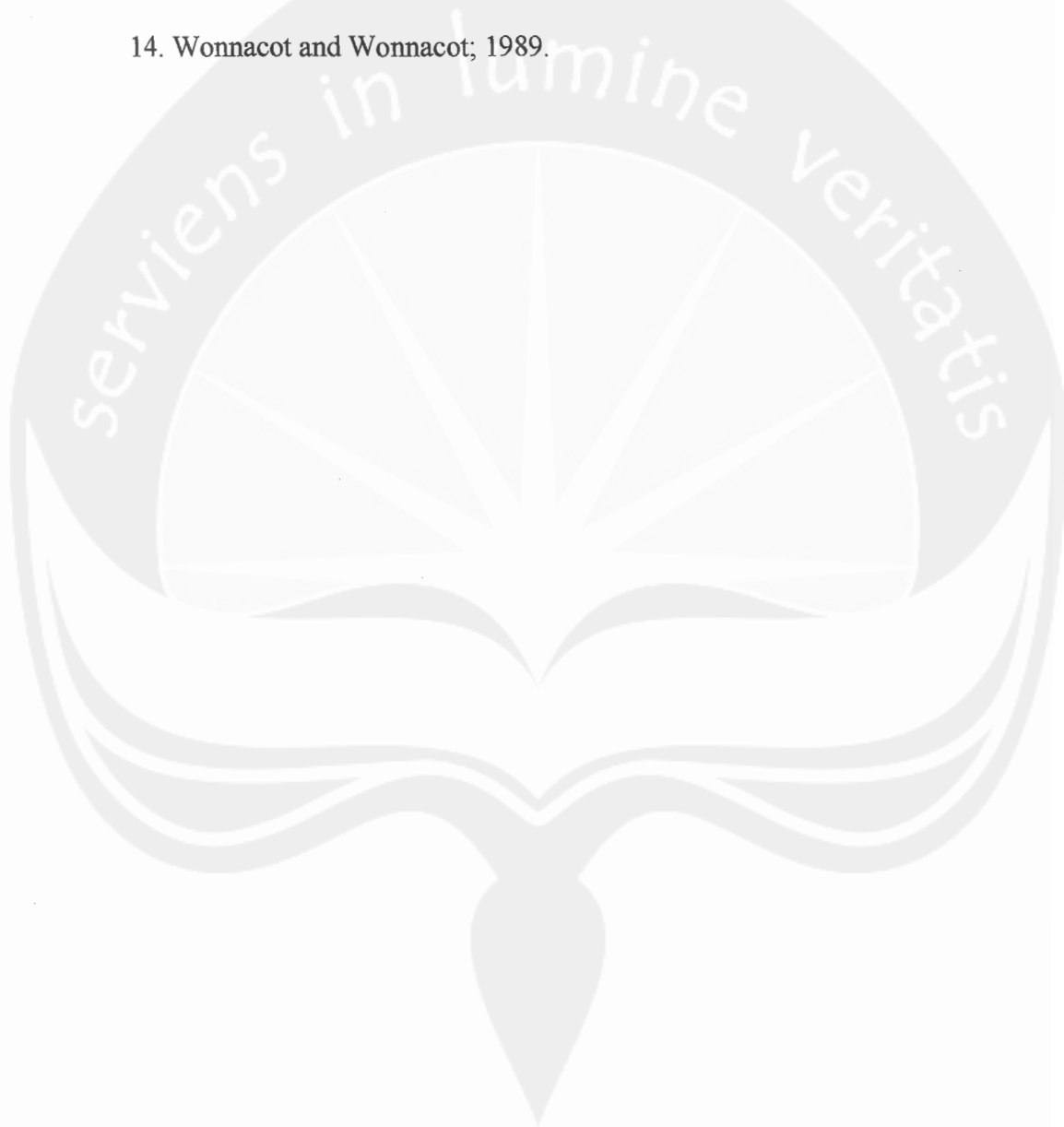
Dengan mempertimbangkan kesimpulan berdasarkan atas analisis data yang telah dilakukan, terutama yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku membeli dari konsumen KFC Yogyakarta, maka penulis ingin memberikan saran-saran yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak KFC, sebagai berikut:

1. Karena rasa merupakan faktor yang sangat mempengaruhi konsumen KFC dalam membeli ayam goreng KFC, maka pihak KFC harus bisa mempertahankan rasa ayam gorengnya yang khas dengan 11 bumbu rahasia yang sudah sangat terkenal itu.
2. Selain itu, yang harus dijaga, diperhatikan dan ditingkatkan adalah mengenai pelayanan, suasana restoran, dan harga produk. Dari segi pelayanan masih sering dijumpai para karyawan KFC terutama yang di bagian counter bersikap kurang ramah dalam memberikan pelayanan. Padahal keramahan juga merupakan nilai plus di mata konsumen.
3. Sedangkan untuk suasana restoran, KFC dapat dikatakan sangat memperhatikannya dengan baik. Demikian juga dengan masalah kebersihan, baik meja, peralatan makan, bahkan sampai kamar mandi.
4. Untuk harga produk, hingga saat ini bisa dikatakan bahwa harga produk-produk KFC tergolong lebih murah dibandingkan dengan para pesaing dari industri yang sama. Oleh karena itu, KFC harus bisa mempertahankan keunggulan yang satu ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Amudi Pasaribu, M.Sc,Ph.d; Pengantar Statistik, Percetakan Imballo, Cetakan Kedua, Medan, 1976, hal.208-223.
2. Anto Dajan; Pengantar Metode Statistik, Jilid I, Cetakan Kedelapan belas, LP3ES, Jakarta, 1995.
3. Anto Dajan; Pengantar Metode Statistik, Jilid II, Cetakan Keenam, LP3ES Jakarta, 1982.
4. Boyd, Walker, Larreche; Marketing Management; A Strategic Approach with A Global Orientation, Second Edition, p. 4-10, 15-18, 180-189.
5. Drs. Djarwanto, Ps dan Drs. Pangestu S, MBA; Statistik Induktif, Edisi Ketiga, BPFE, 1990.
6. Kentucky Fried Chicken Jakarta, 2002.
7. Lamb, Hair and McDaniel, Pemasaran, Buku I, Penerbit Salemba 4, 2001, hal. 187-224.
8. Prof. Sutrisno Hadi, MA; Statistik, Jilid III, Cetakan Kelima, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 1990.
9. Phillip Kotler; A Framework for Marketing Management, Prentice Hall, p. 9-14, 88-97, 144-152.
10. Phillip Kotler; Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Prentice Hall, p. 9-27, 250-266.
11. Saifudin Azwar; Reliabilitas dan Validitas, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997.

12. Watson, Bilingsley, Croft, Huntberger; Statistics for Management and Economics, Fifth Edition, Allyn and Bacon, 1993.
13. William J. Stanton and Charles Futrell; Fundamentals of Marketing, International Edition, McGraw-Hill, 1987, p. 91, 110-113.
14. Wonnacot and Wonnacot; 1989.





Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara

di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian yang saya lakukan, saya diwajibkan untuk menyebarkan angket atau kuesioner ke tengah masyarakat Yogyakarta dan salah satunya yang kini berada di tangan bapak/ibu/saudara. Untuk itu saya sangat mengharapkan bapak/ibu/saudara untuk berkenan meluangkan waktu menjawab kuesioner ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli ayam goreng Kentucky Fried Chicken (KFC). Dengan demikian penelitian ini diharapkan akan berguna bagi masyarakat dan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/saudara, saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti,

Ely Widianingsih



## Bagian I: Karakteristik Konsumen

Pada bagian pertama, isilah salah satu jawaban dengan tanda silang (X) pada huruf di depan jawaban sesuai dengan data pribadi anda.

1. Jenis Kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia :
  - a. 10 – 19 tahun
  - b. 20 – 29 tahun
  - c. 30 – 39 tahun
  - d. di atas 40 tahun
3. Pekerjaan:
  - a. Pelajar (SD-SMP-SMU) dan Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Wiraswasta
4. Pengeluaran perbulan anda sendiri untuk biaya makan di luar:
  - a. Rp. 10.000,- sampai Rp. 50.000,-
  - b. Rp. 50.000,- sampai Rp. 100.000,-
  - c. Di atas Rp. 100.000,-

## Bagian II: Pendapat Konsumen

Pada bagian ini isilah dengan tanda silang (X) di bawah kolom jawaban yang telah disediakan dengan jawaban yang sesuai dengan pendapat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi anda dalam mengkonsumsi ayam goreng KFC.

Jawaban yang tersedia yaitu:

ASP = Amat Sangat Penting, dengan skor 5

SP = Sangat Penting, dengan skor 4

P = Penting, dengan skor 3

CP = Cukup Penting, dengan skor 2

TP = Tidak Penting, dengan skor 1

No	Faktor	ASP	SP	P	CP	TP
		5	4	3	2	1
1	Budaya					
2	Agama					
3	Ras					
4	Wilayah geografis					
5	Pendapatan					
6	Jabatan atau pekerjaan					
7	Pendidikan					
8	Tetangga					
9	Rekan kerja					
10	Teman					

11	Keluarga					
12	Status					
13	Usia					
14	Gaya hidup					
15	Kepribadian					
16	Hobi					
17	Citra diri					
18	Motivasi					
19	Persepsi					
20	Kebutuhan					
21	Harga pokok					
22	Lokasi restoran					
23	Suasana restoran					
24	Rasa					
25	Pelayanan					

### Bagian III: Tingkah Laku Membeli

Pada bagian ini, isilah dengan tanda silang (X) dibawah kolom jawaban yang telah tersedia dengan jawaban yang sesuai dengan pendapat tentang pola perilaku membeli ayam goreng KFC.

Jawaban yang disediakan yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pola Perilaku Membeli	Bobot			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Perilaku membeli yang kompleks, karena harganya mahal, harus mencari informasi yang lengkap sebelum memutuskan untuk membeli.				
2	Perilaku membeli yang mencari variasi, dimana konsumen membeli ayam goreng karena ingin mencari variasi makanan dan bukan karena tidak senang dengan jenis makanan yang lain.				
3	Perilaku membeli untuk mengurangi ketidakcocokan, karena harga mahal sehingga pembelian jarang dilakukan, pembelian langsung dilakukan tanpa mencari informasi dulu.				
4	Perilaku membeli yang merupakan kebiasaan, karena produk murah sehingga sering membeli, dan membeli ayam goreng karena suka dan sudah terbiasa mengkonsumsi ayam goreng.				

## Validitas (Karakteristik Responden)

### Correlations

		Total
Jenis kelamin	Pearson Correlation	.361**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Usia	Pearson Correlation	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pekerjaan	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pengeluaran	Pearson Correlation	.562**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Total	Pearson Correlation	1.000
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level

## Validitas (Tingkah laku konsumen)

### Correlations

		total
Item 1	Pearson Correlation	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Item 2	Pearson Correlation	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Item 3	Pearson Correlation	.397**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Item 4	Pearson Correlation	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
total	Pearson Correlation	1.000
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level

## Validitas (Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi KFC)

### Correlations

		TOTAL
B1	Pearson Correlation	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B2	Pearson Correlation	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B3	Pearson Correlation	.449**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B4	Pearson Correlation	.421**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B5	Pearson Correlation	.479**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B6	Pearson Correlation	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B7	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B8	Pearson Correlation	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B9	Pearson Correlation	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B10	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B11	Pearson Correlation	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B12	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B13	Pearson Correlation	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B14	Pearson Correlation	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

### Correlations

		TOTAL
B15	Pearson Correlation	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B16	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B17	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B18	Pearson Correlation	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B19	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B20	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B21	Pearson Correlation	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B22	Pearson Correlation	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B23	Pearson Correlation	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B24	Pearson Correlation	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
B25	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
TOTAL	Pearson Correlation	1.000
	Sig. (2-tailed)	.
	N	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

## Reliabilitas (Faktor yang mempengaruhi Konsumsi KFC)

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 25

Alpha = .9312

## Reliabilitas (Karakteristik Responden)

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 4

Alpha = .3606

## Reliabilitas (Tingkah laku Konsumen)

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 4

Alpha = .2274



## T. Test (Jenis kelamin terhadap Faktor-Faktor)

### Group Statistics

Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	SDtd. Error Mean
Tingkah Laku Pria	49	59.33	16.87	2.41
Wanita	51	66.92	19.76	2.77

### Independent Samples Test

	Levene's test For Equality of Variances		t-test Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence interval of the Difference	
								Lower	Upper
Tingkah Laku Equal Variances Assumed	.592	.443	-2.063	98	.042	-7.60	3.66	-14.90	-.29
Tingkah Laku Equal Variances not Assumed			-2.070	96.7	.041	-7.60	3.67	-14.88	-.31

## Oneway (Usia terhadap Faktor-Faktor)

### Descriptives

#### Tingkah Laku

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	12	63.08	19.52	5.64	50.68	75.49	34	103
2	39	55.95	19.05	3.05	49.77	62.12	27	117
3	30	67.20	14.97	2.73	61.61	72.79	36	103
4	19	71.84	18.54	4.25	62.91	80.78	35	102
Total	100	63.20	18.70	1.87	59.49	66.91	27	117

### ANOVA

#### Tingkah Laku

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3949.860	3	1316.620	4.121	.009
Within Groups	30672.140	96	319.501		
Total	34622.000	99			

**T. Test (Pekerjaan terhadap Faktor-Faktor)**  
**Descriptives**

**Tingkah Laku**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	5	48.60	17.81	7.97	26.48	70.72	34	75
2	24	55.29	16.40	3.35	48.37	62.22	27	88
3	23	59.43	16.23	3.38	52.42	66.45	30	87
4	29	66.55	20.03	3.72	58.93	74.17	35	117
5	14	77.64	12.28	3.28	70.55	84.73	59	103
6	5	73.20	19.64	8.78	48.81	97.59	51	102
Total	100	63.20	18.70	1.87	59.49	66.91	27	117

**ANOVA**

**Tingkah Laku**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6639.003	5	1327.801	4.460	.001
Within Groups	27982.997	94	297.691		
Total	34622.000	99			

**Oneway (Pengeluaran terhadap Faktor-Faktor)**

**Descriptives**

**Tingkah Laku**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	28	56.57	19.26	3.64	49.10	64.04	27	103
2	39	63.28	19.61	3.14	56.93	56.93	34	117
3	33	68.73	15.57	2.71	63.21	63.21	39	103
Total	100	63.20	18.70	1.87	59.49	59.49	27	102

**ANOVA**

**Tingkah Laku**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2238.700	2	1119.350	3.353	.039
Within Groups	32383.300	97	333.848		
Total	34622.000	99			

**TABEL F (5%)**

		df pembilang									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
df penyebut	1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242
	2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329	19,353	19,371	19,385	19,396
	3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845	8,812	8,785
	4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041	5,999	5,964
	5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818	4,772	4,735
	6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147	4,099	4,060
	7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726	3,677	3,637
	8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581	3,500	3,438	3,388	3,347
	9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230	3,179	3,137
	10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072	3,020	2,978
	11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948	2,896	2,854
	12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849	2,796	2,753
	13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767	2,714	2,671
	14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699	2,646	2,602
	15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641	2,588	2,544
	16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591	2,538	2,494
	17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548	2,494	2,450
	18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510	2,456	2,412
	19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477	2,423	2,378
	20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447	2,393	2,348
	21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420	2,366	2,321
	22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397	2,342	2,297
	23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375	2,320	2,275
	24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355	2,300	2,255
	25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337	2,282	2,236
	26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321	2,265	2,220
	27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305	2,250	2,204
	28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291	2,236	2,190
	29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278	2,223	2,177
	30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266	2,211	2,165
	31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255	2,199	2,153
	32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244	2,189	2,142
	33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235	2,179	2,133
	34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225	2,170	2,123
	35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217	2,161	2,114
	36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209	2,153	2,106
	37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201	2,145	2,098
	38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194	2,138	2,091
	39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187	2,131	2,084
	40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180	2,124	2,077
	41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174	2,118	2,071
	42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168	2,112	2,065
	43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319	2,232	2,163	2,106	2,059
	44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157	2,101	2,054
	45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152	2,096	2,049
	46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147	2,091	2,044
	47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143	2,086	2,039
	48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138	2,082	2,035
	49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134	2,077	2,030
	50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130	2,073	2,026

**TABEL F (5%)**

		df pembilang									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
df penyebut	51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022
	52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018
	53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015
	54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011
	55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008
	56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005
	57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001
	58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103	2,046	1,998
	59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100	2,043	1,995
	60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,040	1,993
	61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,990
	62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987
	63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985
	64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,030	1,982
	65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,980
	66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977
	67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080	2,023	1,975
	68	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973
	69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971
	70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969
	71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967
	72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070	2,013	1,965
	73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963
	74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961
	75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959
	76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063	2,006	1,958
	77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956
	78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954
	79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953
	80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951
	81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,950
	82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948
	83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052	1,995	1,947
	84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051	1,993	1,945
	85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049	1,992	1,944
	86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048	1,991	1,943
	87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047	1,989	1,941
	88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045	1,988	1,940
	89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044	1,987	1,939
	90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043	1,986	1,938
	91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042	1,984	1,936
	92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041	1,983	1,935
	93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040	1,982	1,934
	94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933
	95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037	1,980	1,932
	96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931
	97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,930
	98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929
	99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928
	100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927





## DATA HASIL KUESIONER (TINGKAH LAKU)

	1	2	3	4	TOTAL
1	2	4	3	2	11
2	2	4	2	2	10
3	1	4	2	3	10
4	3	3	1	1	8
5	3	3	3	3	12
6	2	3	3	4	12
7	3	3	3	3	12
8	3	3	2	3	11
9	4	4	2	2	12
10	2	2	2	2	8
11	3	3	2	3	11
12	3	3	3	2	11
13	3	3	2	4	12
14	2	4	1	3	10
15	3	3	1	2	9
16	3	4	3	1	11
17	2	3	3	1	9
18	1	3	2	2	8
19	2	4	2	3	11
20	1	3	1	3	8
21	3	4	3	3	13
22	2	4	2	4	12
23	4	4	4	4	16
24	4	4	2	4	14
25	4	4	2	4	14
26	3	3	2	3	11
27	3	3	2	3	11
28	3	3	2	2	10
29	4	4	4	4	16
30	2	3	3	2	10
31	3	4	2	2	11
32	3	4	2	2	11
33	2	3	2	3	10
34	4	4	2	2	12
35	3	4	2	3	12
36	3	3	3	4	13
37	3	4	4	2	13
38	3	3	2	3	11
39	3	3	3	2	11
40	2	3	3	2	10
41	2	2	3	2	9
42	2	2	3	1	8
43	2	2	3	1	8
44	2	3	2	3	10
45	4	3	3	2	12
46	4	3	3	2	12
47	4	2	4	2	12
48	2	3	2	4	11
49	4	3	4	2	13
50	3	3	2	3	11
51	3	3	2	3	11
52	3	3	2	2	10
53	4	2	3	2	11



54	4	3	2	3	12
55	4	3	2	3	12
56	3	3	2	3	11
57	3	3	3	3	12
58	3	3	2	2	10
59	3	3	2	2	10
60	4	3	2	3	12
61	4	3	3	3	13
62	3	3	2	3	11
63	3	4	3	3	13
64	2	4	2	3	11
65	2	1	2	2	7
66	2	4	2	4	12
67	3	2	2	2	9
68	3	2	2	2	9
69	3	2	1	1	7
70	4	3	3	4	14
71	3	3	2	3	11
72	4	3	4	2	13
73	3	4	2	3	12
74	2	3	2	3	10
75	3	3	2	3	11
76	1	3	3	2	9
77	4	3	3	2	12
78	2	3	3	3	11
79	2	3	2	4	11
80	3	2	3	3	11
81	3	4	3	3	13
82	3	4	3	3	13
83	1	3	3	2	9
84	1	3	3	2	9
85	3	3	3	3	12
86	4	4	3	4	15
87	4	4	2	3	13
88	4	4	2	3	13
89	4	3	2	3	12
90	4	3	2	1	10
91	4	3	3	2	12
92	3	3	3	2	11
93	1	4	1	4	10
94	2	3	3	3	11
95	4	4	2	2	12
96	3	1	4	2	10
97	2	2	3	2	9
98	1	1	2	3	7
99	4	4	1	1	10
100	1	4	4	1	10
RATA2	2.84	3.14	2.45	2.59	
RANKING	2	1	4	3	



Kepada : **Restaurant Manager**  
*KFC Adi Sucipto - Yogyakarta*

Dari : Marketing Department  
Copy : Tri Karsono (ROM – VII), Johan Wiryanto (AM – 23), file  
Tanggal : 29 Januari 2003



Hal : **Ijin Penelitian Lapangan**

Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat memberikan ijin mengadakan penelitian di KFC Adi Sucipto - Yogyakarta untuk keperluan Skripsi/Tesis/Karya Tulis kepada:

Nama : **Ely Widianingsih**  
Alamat Rumah : **Jalan Babarsari TB V / 10 C Yogyakarta**  
No. telp : **(0274) 485243 ; HP : 0816 688 562**  
Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**  
Topik : **" Analisa Tingkah Laku Membeli Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta."**

Untuk pengaturan waktu di Restoran KFC pelaksanaan penelitian dapat disesuaikan dengan keadaan setempat. Rencana pelaksanaan penelitian mulai tgl 29 Januari 2003 sampai 29 April 2003

Dan setelah selesai mengadakan penelitian mohon ditanda tangani surat ijin penelitian oleh manager yang menangani di restoran untuk diserahkan kepada saya di Marketing Department- Jakarta

Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga dapat terjalin dengan baik.

Jakarta, 29 Januari 2003

**Adi S. Tjahjadi, S.E.**  
Manager  
Customer & Employee Relations

Yang menangani,

*Stempel Store & Nama Tanda Tangan Restoran Manager yang bertugas*

P.T. FASTFOOD INDONESIA  
Jl. Let. Jend. Haryono M.T. Kav. 7  
Jakarta 12810

P.T. FASTFOOD INDONESIA Tbk.  
Jl. Let. Jend. Haryono M.T. Kav. 7  
Jakarta 12810, Indonesia  
Tel. (62-21) - 8301133, 8313368  
Fax. (62-21) - 8309384, 8300569  
[www.KFCIndonesia.com](http://www.KFCIndonesia.com)

Kepada : **Restaurant Manager**  
KFC Malioboro - Yogyakarta

Dari : Marketing Department

Copy : Tri Karsono (ROM – VII), Johan Wiryanto (AM – 23), file

Tanggal : 29 Januari 2003



Hal : **Ijin Penelitian Lapangan**

Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat memberikan ijin mengadakan penelitian di KFC Malioboro - Yogyakarta untuk keperluan Skripsi/Tesis/Karya Tulis kepada:

Nama : **Ely Widianingsih**

Alamat Rumah : **Jalan Babarsari TB V / 10 C Yogyakarta**

No. telp : **(0274) 485243 ; HP : 0816 688 562**

Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**

Topik : **" Analisa Tingkah Laku Membeli Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta."**

Untuk pengaturan waktu di Restoran KFC pelaksanaan penelitian dapat disesuaikan dengan keadaan setempat. Rencana pelaksanaan penelitian mulai tgl 29 Januari 2003 sampai 29 April 2003

Dan setelah selesai mengadakan penelitian mohon ditanda tangani surat ijin penelitian oleh manager yang menangani di restoran untuk diserahkan kepada saya di Marketing Department- Jakarta

Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga dapat terjalin dengan baik.

Jakarta, 29 Januari 2003

**Adi S. Tjahjadi, S.E.**  
Manager  
Customer & Employee Relations

PT. FASTFOOD INDONESIA  
Jl. Let. Jend. Haryono M.T. Kav. 7  
Jakarta 12810

Yang menanggapi,

Stempel Store & Nama Tanda Tangan Restoran Manager yang bertugas  
PT. FASTFOOD INDONESIA  
Malioboro No 133  
Telp (0274) 561422  
Yogyakarta

Kepada : **Restaurant Manager**  
*KFC BDNI - Yogyakarta*

Dari : Marketing Department  
Copy : Tri Karsono (ROM – VII), Johan Wiryanto (AM – 23), file  
Tanggal : 29 Januari 2003



Hal : **Ijin Penelitian Lapangan**

Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat memberikan ijin mengadakan penelitian di KFC BDNI - Yogyakarta untuk keperluan Skripsi/Tesis/Karya Tulis kepada:

Nama : **Ely Widianingsih**  
Alamat Rumah : **Jalan Babarsari TB V / 10 C**  
**Yogyakarta**  
No. telp : **(0274) 485243 ; HP : 0816 688 562**  
Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**  
Topik : **" Analisa Tingkah Laku Membeli Konsumen**  
**Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta."**

Untuk pengaturan waktu di Restoran KFC pelaksanaan penelitian dapat disesuaikan dengan keadaan setempat. Rencana pelaksanaan penelitian mulai tgl 29 Januari 2003 sampai 29 April 2003

Dan setelah selesai mengadakan penelitian mohon ditanda tangani surat ijin penelitian oleh manager yang menangani di restoran untuk diserahkan kepada saya di Marketing Department- Jakarta

Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga dapat terjalin dengan baik.

Jakarta, 29 Januari 2003

**Adi S. Tjahjadi, S.E.**  
*Manager*  
*Customer & Employee Relations*

Yang menanggapi,

*Stempel Store & Nama Tanda Tangan*  
*Restoran Manager yang bertugas*

Kepada : **Restaurant Manager**  
*KFC UGM - Yogyakarta*

Dari : Marketing Department  
Copy : Tri Karsono (ROM – VII), Johan Wiryanto (AM – 23), file  
Tanggal : 29 Januari 2003



Hal : **Ijin Penelitian Lapangan**

Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat memberikan ijin mengadakan penelitian di KFC UGM - Yogyakarta untuk keperluan Skripsi/Tesis/Karya Tulis kepada:

Nama : **Ely Widianingsih**  
Alamat Rumah : **Jalan Babarsari TB V / 10 C Yogyakarta**  
No. telp : **(0274) 485243 ; HP : 0816 688 562**  
Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**  
Topik : **" Analisa Tingkah Laku Membeli Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta."**

Untuk pengaturan waktu di Restoran KFC pelaksanaan penelitian dapat disesuaikan dengan keadaan setempat. Rencana pelaksanaan penelitian mulai tgl 29 Januari 2003 sampai 29 April 2003

Dan setelah selesai mengadakan penelitian mohon ditanda tangani surat ijin penelitian oleh manager yang menangani di restoran untuk diserahkan kepada saya di Marketing Department- Jakarta

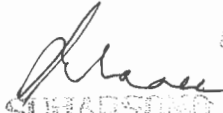
Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga dapat terjalin dengan baik.

Jakarta, 29 Januari 2003

  
**Adi S. Tjahjadi, S.E.**  
Manager  
Customer & Employee Relations



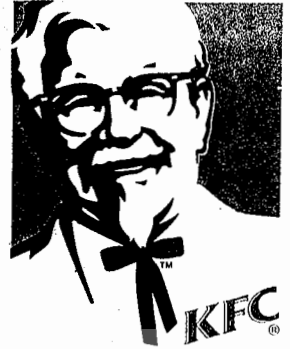
Yang menanggapi,

  
**TRI KARSONO**  
REST. MANAGER  
NIP. 941019  
Stempel Store & Nama Tanda Tangan  
Restoran Manager yang bertugas



Kepada : **Restaurant Manager**  
*KFC Galeri - Yogyakarta*

Dari : Marketing Department  
Copy : Tri Karsono (ROM – VII), Johan Wiryanto (AM – 23), file  
Tanggal : 29 Januari 2003



Hal : **Ijin Penelitian Lapangan**

Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat memberikan ijin mengadakan penelitian di KFC Galeri - Yogyakarta untuk keperluan Skripsi/Tesis/Karya Tulis kepada:

Nama : **Ely Widianingsih**  
Alamat Rumah : **Jalan Babarsari TB V / 10 C  
Yogyakarta**  
No. telp : **(0274) 485243 ; HP : 0816 688 562**  
Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**  
Topik : **" Analisa Tingkah Laku Membeli Konsumen  
Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta."**

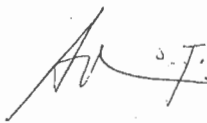
Untuk pengaturan waktu di Restoran KFC pelaksanaan penelitian dapat disesuaikan dengan keadaan setempat. Rencana pelaksanaan penelitian mulai tgl 29 Januari 2003 sampai 29 April 2003

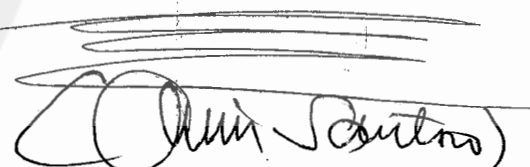
Dan setelah selesai mengadakan penelitian mohon ditanda tangani surat ijin penelitian oleh manager yang menangani di restoran untuk diserahkan kepada saya di Marketing Department- Jakarta

Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga dapat terjalin dengan baik.

Jakarta, 29 Januari 2003

Yang menanggapi,

  
**Adi S. Tjahjadi, S.E.**  
Manager  
Customer & Employee Relations

  
Stempel Store & Nama Tanda Tangan  
Restoran Manager yang bertugas



## Surat Keterangan

Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama Pimpinan PT Fast Food Indonesia, Tbk – Jakarta, menerangkan bahwa :



Nama : **Ely Widianingsih**  
Universitas : **Atma Jaya Yogyakarta**  
Jurusan : **Ekonomi - Manajemen**  
NIM : **-**  
NIRM/NPM : **95 03 07866**

Adalah benar telah selesai melakukan riset di PT Fast Food Indonesia, Tbk dari tanggal 28 Januari 2003 sampai tanggal 30 Januari 2003 untuk bahan pembuatan Skripsi dengan judul :

**" Analisis Tingkah Laku Membeli Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Yogyakarta. "**

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 09 Mei 2003  
PT Fast Food Indonesia, Tbk

  
Adi S. Tjahjadi, S.E.  
Manager  
Customer & Employee Relations  
  
PT. FASTFOOD INDONESIA  
Jl. Let. Jend. Haryono MT. Kav. 7  
Jakarta 12810