

**PENGARUH PROMOSI *CASHBACK SHOPEEPAY* DI KFC
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA
KONSUMEN KFC SEJABODETABEK)**

**MUNIFAH HANUM
1702518002**



Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2021

***THE INFLUENCE OF SHOPEEPAY CASHBACK PROMOTION
AT KFC ON CUSTOMER BUYING INTEREST (Case Study on
KFC Consumers in Jabodetabek Areas)***

***MUNIFAH HANUM
1702518002***



***This Scientific Work was written to fulfill one of the requirements get
an Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of
Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2021

ABSTRAK

Munifah Hanum. 1702518002. Pengaruh Promosi *Cashback Shopeepay* di KFC Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Sejabodetabek). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) deskripsi promosi *cashback shopeepay* dan minat beli, 2) pengaruh promosi *cashback shopeepay* di KFC terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC yang berdomisili di area Jabodetabek dan pernah mengkonsumsi produk KFC. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif.

Kata Kunci: Promosi, *Cashback*, *ShopeePay*, Minat Beli.

ABSTRACT

Munifah Hanum. 1702518002. THE INFLUENCE OF SHOPEEPAY CASHBACK PROMOTION AT KFC ON CUSTOMER BUYING INTEREST (Case Study on KFC Consumers in Jabodetabek Areas). Study Program DIII Marketing Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This study aims to determine: 1) a description of shopeepay cashback promotion and purchase intention, 2) the influence of shopeepay cashback promotion at KFC on consumers purchase intention. The population of research were KFC consumers in Jabodetabek areas.

Keyword: Promotion, ShopeePay, Cashback, Purchase Intention.

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP/NIDK : 198404082019031003
Bertindak : Dosen Pembimbing
sebagai

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Munifah Hanum
No. : 1702518002
Registrasi
Program : DIII Manajemen Pemasaran
Studi
Judul Karya : Pengaruh Promosi *Cashback*
Ilmiah : ShopeePay di KFC terhadap Minat
Beli Konsumen (Studi Pada
Konsumen KFC Sejabodetabek)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta,

Mengetahui,
Koord. Program Studi DIII
Manajemen Pemasaran



Dra. Sholikhah, M.M
NIP. 196206231990032001

Dosen Pembimbing



Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP.198404082019031003



LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta



Dra., Sholikhah, M.M

NIP. 197311162006041001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
		
<u>Dra., Sholikhah, M.M</u>
NIP. 197311162006041001		
Penguji Ahli	 	
<u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.</u>	10 Juli 2021
NIP. 199308272020122024		
Dosen Pembimbing	 	
<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u>	10 Juli 2021
NIP. 198404082019031003		

PERNYATAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya. Sehingga peneliti diberikan kesehatan dan kemudahan untuk menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Promosi *Cashback ShopeePay di KFC terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen KFC Sejabodetabek)*”**. Penyusunan Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh mahasiswa/i dalam Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam pembuatan Karya Ilmiah ini peneliti mendapatkan dukungan, saran, maupun bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Shandy Aditya BIB., MPBS sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi arahan kepada praktikan
2. Dra. Sholikhah, M. M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
5. Seluruh teman – teman DIII Manajemen Pemasaran B 2018.

Peneliti menyadari dalam penulisan Karya Ilmiah ini masih banyak kekurangan baik dari segi materi ataupun teknik penyajian. Untuk itu praktikan mohon maaf atas kesalahan penulisan. Peneliti juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca.

Bogor, 3 April 2021

Peneliti