# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

**(*C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember*)**

Oleh:

Hani Prasetyo
NIM. 12.10.411.060

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember
Email : haniprasetyolaros1993@gmail.com

## ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh produk, harga, lokasi, dan fasilitas Terhadap keputusan pembelian Pada *C'Bezt Fried Chicken* di Tegal Besar Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 50 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi Terhadap keputusan pembelian Pada *C'Bezt Fried Chicken* di Tegal Besar Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian Pada *C'Bezt Fried Chicken* di Tegal Besar Jember.

Kata Kunci: *C'Bezt Fried Chicken* di Tegal Besar Jember, produk, harga, lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian.

## *ABSTRACT*

*Formulation of the problem in this study is how the influence of product, price, location, and facility on buying decision at C'Bezt Fried Chicken. The research objective was to determine and analyze the effect of the influence of product, price, location, and facility on the buying decision. The study was conducted at consumer of C'Bezt Fried Chicken This type of quantitative descriptive study using purposive sampling method with a sample of 50 respondents. Compatibility test results obtained indicate that the variable product, price, location, and facility can explain the variations that occur in buying decision at C'Bezt Fried Chicken. Each variable has positive and significant impact on buying decision at C'Bezt Fried Chicken.*

*Keywords: C'Bezt Fried Chicken, product, price, location, and facility and buying decision*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis, dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan

orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2007). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan kafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan cepat saji. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa di ingkari adalah makanan. Perkembangan restoran cepat saji saat ini tidak hanya berasal dari luar negeri saja, namun pengusaha-pengusaha di bidang kuliner Indonesia mulai melirik usaha makanan cepat saji produksi lokal dalam negeri. Hal ini merupakan strategi pemasaran yang bagus dikarenakan penyuka makanan cepat saji sebagian besarnya merupakan anak muda yang dimana mereka belum memiliki penghasilan sendiri. Biasanya restoran cepat saji merek dalam negeri menawarkan produk makanan dan minuman yang lebih murah daripada makanan cepat saji dari luar negeri. Sudah banyak restoran cepat saji lokal yang berdiri di indonesia. Pada umumnya mereka menamakan restoran mereka dengan nama yang kebarat-baratan atau mengandung kata-kata dari bahasa asing lainnya agar terkesan mewah dan menarik perhatian.

Pada saat ini, usaha di bidang makanan cepat saji khususnya franchise *fried chicken* di kota jember jawa timur menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya tempat makan yang bermunculan dengan aneka pilihan menu ayam *crispy* yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya tempat makan yang berdiri, maka semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap rumah makan. Untuk menghadapi persaingan tersebut, setiap rumah makan dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan- perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk dan jasa yang ditawarkannya dapat menarik bagi konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat dipenuhi dan perusahaan dapat menghadapi dan bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. franchise *fried chicken* di kota Jember dapat di lihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**
**Franchise *Fried Chicken* Di Jember**

| No | Nama | Jumlah Gerai | Alamat |
|---|---|---|---|
| 1 | ***Quick chicken*** | 3 | *Jl.Jawa No. 63 Jember, Jl. Kenanga Gebang dan Jl. Kh shidiq 122 jember* |
| 2 | ***D'best fried chicken*** | 1 | *Jl. Tidar (Ruko Asri Kav.2) Jember* |
| 3 | ***CFC*** | 1 | *Jl. Trunojoyo (Komlek Golden Market)* |
| 4 | ***KFC*** | 1 | *Jl. Gajah Mada No. 74, Jember* |
| 5 | ***C'Bezt Fried Chicken*** | 11 | 1. *Jl. Rambipuji No.135 Balung – Jember*<br>2. *Komplek Ruko Tanggul Square, Jl. PB.Sudirman, Tanggul – Jember*<br>3. *Jl. A.Yani No. 78 A, Ambulu – Jember*<br>4. *Jl. Moh.Yamin, Tegal Besar, Kaliwates – Jember*<br>5. *Jl. Kartini No. 225, Kencong – Jember*<br>6. *Jl. Manggar No.148, Gebang - Jember*<br>7. *Jl. Imam Bonjol No.31, Kalisat – Jember*<br>8. *Jl. Sultan Agung No.22, Arjasa – Jember*<br>9. *Jl. Gajah Mada No.220 Rambipuji*<br>10. *Jl. Hayamwuruk No. 225 Mangli – Jember*<br>11. *Jl.Kalimantan No.30 Jember* |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Produk *C'Bezt Fried Chicken* tegal besar ternyata mampu bersaing dengan produk makanan cepat saji lainnya. Sehingga dapat dilihat dari omset pendapatan selama 2015 bahwa usaha *C'Bezt Fried Chicken* tegal besar memang mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Gerai restoran *C'Bezt Fried Chicken* yang hadir di kota Jember berlokasi di Tegal Besar Jember berkembang sangat pesat sejak awal didirikan dengangan harga murah sesuai dengan kantong masyarakat. Hal ini harus dipertahankan ataupun ditingkatkan karena dapat mengancam kelangsungan *C'Bezt Fried Chicken* yang sudah berdiri lama, oleh karena itu setiap pelaku usaha disarankan utntuk tanggap mengenai hal-hal apa saja yang perlu dipertahankan ataupun dirubah dalam menghadapi persaingan yang mulai ketat ini. Penelitian ini dilakukan disalah satu rumah makan yang sudah lama berdiri didaerah Tegal Besar Jember yaitu *C'Bezt Fried Chicken*, yang berdiri sejak 24 agustus 2013. Terletak di Tegal Besar, tepatnya berlokasi di jalan Mohammad Yamin No.67. rumah makan ini menjual menu *fried chicken* dengan variasi harga yang bermacam-macam. *C'Bezt Fried Chicken* di Tegal Besar Jember ini tetap mempertahankan cita rasa makanan mulai awal berdiri sampai sekarang. Namun seiring dengan berkembangnya para pesaing yang sangat signifikan disekitar lokasi *C'Bezt Fried Chicken*. Pesaing tersebut diantaranya adalah adanya restoran siap saji yang sejenis dengan *C'Bezt Fried Chicken*, yaitu

seperti *D'best Fried Chicken* dan *Quick chicken*

**1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dalam latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember ?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember ?
4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember ?
5. Apakah kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember ?

**1.3 Hipotesis**

1. *$H_1$ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*
2. *$H_2$ : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*
3. *$H_3$ : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*
4. *$H_4$ : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*
5. *$H_5$ : kualitas pruduk, harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*

**1.4 Tujuan penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.
4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Definisi Operasional Variabel

a. Produk ($X_1$)

produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akusisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen *C'Bezt Fried Chicken* . Memiliki indikator sebagai berikut :

a. Cita rasa pruduk *C'Bezt Fried Chicken*
b. Bahan baku *C'Bezt Fried Chicken*
c. Tingkat kebersihan pruduk *C'Bezt Fried Chicken*
d. Variasi produk *C'Bezt Fried Chicken*

b. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang meliputi kesesuaian produk dengan harga, keterjangkauan, tingkat harga, nilai pasar, dan sesuai dengan manfaat yang ditawarkan *C'Bezt Fried Chicken*. Memiliki indikator sebagai berikut :

a. Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan *C'Bezt Fried Chicken*.
b. Kesesuaian tingkat harga *C'Bezt Fried Chicken* yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
c. Perbandingan harga *C'Bezt Fried Chicken* yang mampu bersaing dengan pesaing.
d. Harga *C'Bezt Fried Chicken* sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.

c. Lokasi (X3)

Lokasi merupakan letak atau toko pada daerah yang strategis sehingga dapat dengan mudah diakses oleh calon pembeli dan merupakan tempat dimana *C'Bezt Fried Chicken* harus bermarkas melakukan kegiatan fisik. Memiliki indikator sebagai berikut :

a. Akses, misalnya lokasi *C'Bezt Fried Chicken* mudah dijangkau sarana transportasi.
b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat *C'Bezt Fried Chicken* yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
c. Lalu lintas di sekitar lokasi (*traffic*) *C'Bezt Fried Chicken*, menyangkut dua pertimbangan utama berikut: banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, dan kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.
d. Lingkungan disekitar *C'Bezt Fried Chicken* yang nyaman.

d. Fasilitas (X4)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa *C'Bezt Fried Chicken*. Indikator dari variabel ini adalah :

a. Fasilitas perparkiran *C'Bezt Fried Chicken*, tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
b. Adanya Fasilitas untuk anak-anak di *C'Bezt Fried Chicken* yang nyaman.
c. Tempat makan di *C'Bezt Fried Chicken* bersih dan rapi untuk dipakai
d. Adanya Fasilitas wifi untuk internet di *C'Bezt Fried Chicken*

e. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah sebuah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli sebuah produk *C'Bezt Fried Chicken* dengan mempertimbangkan berbagai alasan terlebih dahulu. Memiliki indikator sebagai berikut :

a. Mudah dijangkau atau tidaknya *C'Bezt Fried Chicken*
b. Kesesuaian variasi *C'Bezt Fried Chicken* dengan selera
c. Kenyamanan *C'Bezt Fried Chicken* sebagai tempat menghabiskan waktu (kumpul-kumpul bersama teman/keluarga)
d. Kesesuaian dengan kemampuan finansial

**2.2 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember. Yang digunakan sebagai sampel adalah pelanggan dari *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan jumlah sampel penelitian minimal yaitu dengan mengalikan variabel dengan angka 5 sampai dengan 10, Sugiono (2010). Berikut ini perhitungan jumlah sampel berdasarkan pendapat Sugiono (2010) :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah variabel} \times 10 \\ &= 5 \times 10 \\ &= 50 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Kriteria yang harus dipenuhi responden didalam penelitian ini, yang menggunakan metode purposive sampling adalah:

1. Minimal telah melakukan pembelian sebanyak 3 kali di *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember
2. Konsumen yang berusia di atas 17 tahun
3. Tidak membedakan Konsumen laki-laki maupun perempuan

4. Konsumen yang kedapatan membeli pada bulan maret 2016

**2.3 Tenik analisis data**

**a. Analisis statistik**

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Model persamaan regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e}$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

$b_{1,2,3,4}$ : Koefisien regresi untuk variabel $X_1$, $X_2$, $X_3$, $X_4$

$X_1$ : Produk

$X_2$ : Harga

$X_3$ : Lokasi

$X_4$ : Fasilitas

e : Faktor pengganggu di luar model (kesalahan regresi), (Ghozali, 2013).

Model regresi berganda yang di pakai dalam penelitian ini memenuhi syarat asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas.

**b. Pengujian Uji Hipotesis**

1. Uji F

Uji F ($F_{test}$) metode dalam pengujian hipotesis dimana kegunaannya dari uji F ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah membandingkan antara nilai $F_{hitung}$ dan $F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi yang diharapkan adalah a= 5% atau *confidence interval* 95% dan dengan *degree of freedom* atau df (n-k). Dimana k merupakan jumlah variabel independen atau variabel regresor. Kriteria untuk menguji hipotesis adalah:

a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu:
   1. H0 : b1 = b2 = b3 = 0
      Artinya: tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan promosi (X4) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan (Y).
   2. H1 : b1 – b3 ≠ 0
      Artinya: ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan promosi (X4) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan (Y).
b. Menentukan F tabel dan F hitung. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka:
   1. Jika F hitung > F tabel, maka H0 ditolak, berarti masing-

masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika F hitung < F tabel, maka H0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013).

2. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 maka H alternatif diterima dan H0 ditolak. Pengujian hipotetis juga dapat menggunakan perbandingan antara t hitung dengan t tabel dengan ketentuan:

a. H0 : bi = 0, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y.

   H1 : bj ≠ 0, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y (Ghozali, 2013).

b. Kriteria pengujian:

   i. Ho diterima, apabila t-hitung < t-tabel, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y.

   ii. Ho ditolak, apabila t-hitung > t-tabel, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y (Ghozali, 2013).

**c. Analisis Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Koefisien determinasi ($R^2$) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ($R^2$) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (kualitas produk, harga, lokasi, dan fasilitas) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan pembelian) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memeprediksi variasi variabel terikat

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| No | Variabel | Koefisien Regresi | t hitung | Signifikansi |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Konstanta | 0,858 | 0,707 | 0,483 |
| **2** | Produk ($X_1$) | 0,198 | 3,001 | 0,004 |
| **3** | Harga ($X_2$) | 0,146 | 2,915 | 0,006 |
| **4** | Lokasi ($X_3$) | 0,414 | 6,189 | 0,000 |
| **5** | Fasilitas ($X_4$) | 0,186 | 2,564 | 0,014 |

Dari data tabel diatas persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$\mathbf{Y = 0{,}858 + 0{,}198\ X_1 + 0{,}146\ X_2 + 0{,}414\ X_3 + 0{,}186\ X_4}$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

$X_1$ = Produk

$X_2$ = Harga

$X_3$ = Lokasi

$X_4$ = Fasilitas

### b. Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Hasil Uji F

| No | Kriteria | | Keterangan |
|---|---|---|---|
| **1** | F hitung (68,041) | F tabel (2,5787) | **Signifikan** |
| **2** | Nilai signifikansi (0,000) | Taraf signifikansi (0,05) | **Signifikan** |

dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (68,041> 2,5787) maka produk, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini $H_0$ ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan produk, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terbukti kebenarannya (Ha diterima).

2. Uji T

Hasil Uji t

| No | Uji t | | | | | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Variabel | Signifikansi Hitung | Taraf Signifikansi | t hitung | t table | |
| 1 | Produk | 0,004 | 0,05 | 3,001 | 1,6794 | **Signifikan** |
| 2 | Harga | 0,006 | 0,05 | 2,915 | 1,6794 | **Signifikan** |
| 3 | Lokasi | 0,000 | 0,05 | 6,189 | 1,6794 | **Signifikan** |
| 4 | Fasilitas | 0,014 | 0,05 | 2,564 | 1,6794 | **Signifikan** |

Menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi dan fasilitas memiliki nilai $t_{hitung}$ lebih besar dari nilai $t_{tabel}$ yaitu 1,6794 dan tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai $\alpha$ = 0,05. Maka secara parsial dan produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**c. Koefisien Determinasi**

Hasil uji Koefisien Determinasi

| No | Kriteria | Koefisien |
|---|---|---|
| 1 | *R* | 0, 926 |
| 2 | *R Square* | 0,858 |
| 3 | *Adjusted R Square* | 0,846 |

Dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,846. Hal ini berarti 84,6% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi dan fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 0,154 atau 15,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

**d. Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik produk, harga, lokasi dan fasilitas maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh secara parsial produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.
   1. Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel poduk sebesar 0,198 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,004 dan lebih kecil dari 0,05 dn t hitung (3,001) > t tabel (1,6794) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa produk mempunyai pengaruh positif signifikan produk terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa produk yang meliputi Produk yang dijual *C'Bezt Fried Chicken* mempunyai rasa yang enak, Produk yang dijual *C'Bezt Fried Chicken* terbuat dari bahan yang berkualitas, Produk yang dijual *C'Bezt Fried Chicken* merupakan produk yang higienis, dan *C'Bezt Fried Chicken* menyediakan berbagai macam variasi produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sandi Fitra (2013) yang menyatakan ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar 0,146 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,006 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,915) > t tabel (1,6794) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa harga yang meliputi Adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maupun kualitas layanan di *C'Bezt Fried Chicken*, Harga produk *C'Bezt Fried Chicken* terjangkau dengan daya beli calon konsumen, Harga produk *C'Bezt Fried Chicken* yang ditawarkan bersaing dengan harga di tempat lain, dan Harga produk *C'Bezt Fried Chicken* sudah sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan, berpengaruh

terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sandi Fitra (2013) yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0,414 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (6,189) > t tabel (1,6794) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa lokasi yang meliputi Lokasi *C'Bezt Fried Chicken* mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, Tempat *C'Bezt Fried Chicken* dapat terlihat dari jalan raya terdekat, Lalu lintas di sekitar *C'Bezt Fried Chicken* lancar terkendali, dan *C'Bezt Fried Chicken* berada di lingkungan yang aman dan nyaman, berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sandi Fitra (2013) yang menyatakan ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variable fasilitas sebesar 0,186 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,014 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,564) > t tabel (1,6794) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif

signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa Area parkiran di *C'Bezt Fried Chicken* lancar memadai untuk parkir roda dua maupun roda empat, Fasilitas untuk anak (aneka permainan) di *C'Bezt Fried Chicken* yang nyaman, Tempat makan di *C'Bezt Fried Chicken* bersih dan rapi, dan Fasilitas wafi yang memadai di *C'Bezt Fried Chicken*, berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sandi Fitra (2013) yang menyatakan ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh secara simultan produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (68,041> 2,5787) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa produk, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sandi Fitra (2013) yang menyatakan ada pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagi berikut :

a. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan produk secara parsial. Hal ini berarti semakin baik produk akan berdampak pada semakin tingginya keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa produk memiliki rasa yang enak, terbuat

dari bahan yang berkualitas dan higienis dapat berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena semakin banyak variasi produk yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian produk *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

b. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hal ini berarti semakin terjangkau harga akan berdampak pada semakin tingginya keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa jika harga sesuai dengan kualitas, terjangkau dan dapat bersaing dengan tempat lain berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena harga yang di berikan sesuai dengan manfaat dan nilai yang di peroleh pelanggan sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

c. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hal ini berarti semakin strategis lokasi akan berdampak pada semakin tingginya keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa lokasi yang mudah di jangkau dan berada dilingkungan yang aman dan nyaman akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini di sebabkan jika lokasi berada/terlihat dari jalan raya dan lalu lintas lancar maka akan meningkatkan keputusan pembelian *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

d. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hal ini berarti semakin lengkap fasilitas akan berdampak pada semakin tingginya keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa jika fasilitas yang di berikan seperti area parkir yang memadai, terdapat bermain anak, wifi serta tempat makan yang bersih maka dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena banyaknya fasilitas yang di berikan akan meningkatkan keputusan pembelian *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember.

e. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh

positif dan signifikan produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian secara simultan. Hal ini berarti semakin baik produk, harga, lokasi dan fasilitas akan berdampak pada semakin tingginya keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa jika produk meliliki rasa yang enak, harga sesuai kualitas, lokasi mudah di jangkau dan fasilitas yang di berikan memadai dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *C'Bezt Fried Chicken*Tegal Besar Jember .

**b. Saran**

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan tidak hanya kepada *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember saja tapi juga untuk PT. Cipta Aneka Selera dan *C'Bezt Fried Chicken* lainya yang ada di jember dari penelitian ini, yaitu hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian lebih lebih memperhatikan pada semua variabel yaitu kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas di lihat dari hasil pengolahan data yang didapat melalui kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember tersebut diperoleh data bahwa peranan kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh, sehingga dengan lebih meperhatikan semua variabel diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen *C'Bezt Fried Chicken* yang berada di bawah naungan PT. Cipta Aneka Selera.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember jember, PT. Cipta Aneka Selera, dan *C'Bezt Fried Chicken* lainya yang ada di jember harus memperhatikan terkait aspek-aspek yang mengacu pengisian kuesioner oleh pelanggan *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember, karena hasil kuisioner ini dapat membantu kedepanya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Beberapa penelitian yang telah dilakukan dengan judul yang sama dengan yang dipakai peneliti berusaha melakukan kajian tentang pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Tetapi penelitian-penelitian sebelumnya memperoleh hasil yang berbeda-beda, sehingga perlu adanya penelitian kembali yang mengkaji tentang pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut, hendaknya menambah variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan

pembelian, karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas layanan, dan promosi.

## 5. DAFTAR PUSTAKA


Fitra, Sandi. 2013. ***Pengaruh produk, harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen berbelanja di pusat grosir surabaya***. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 2 (2013)

Ghozali, Imam. 2013. ***Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 Updete PLS Regresi***. Universitas Diponegoro. Semarang.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. ***Menejemen Pemasaran.*** Dialih bahasa Oleh Drs. Benyamin Molan, Buku ke Satu Edisi Kedua Belas PT. Indeks, Jakarta.

Sugiyono, 2012. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dann R&D***. Bandung Alfabeta.

Sugiyono, 2010. ***Metode Penelitian Bisnis***. Bandung Alfabeta.