



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**
(C'BEZT Fried Chicken Tegal besar Jember)

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Hani Prasetyo
NIM. 12.10.411.060**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
April, 2016**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen *C'Bezt Fried Chicken* Tegal Besar Jember; telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 28 April 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji,

Seno Sumowo, SE, MM

NPK 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Dra. Retno Endah Supeni, MM

NPK 95 10 256

Bayu Wijayantini, SE, MM

NPK 10 09 661

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs Akhmad Suharto, MP

NPK 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP 19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen *C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember*".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Akhmad Suharto, MP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dra. Retno Endah Supeni, MM, selaku dosen pembimbing I dan Bayu Wijayantini, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno Sumowo, SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.

8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 28 April 2016

Penyusun

Hani Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA **11**

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 pemasaran.....	12
2.1.3 konsep pemasaran	13
2.1.4 Bauran Pemasaran	14
2.1.4.1 Produk (<i>Product</i>)	14
2.1.4.2 Harga (<i>Price</i>)	16
2.1.4.3 Lokasi (<i>Place</i>)	19
2.1.4.4 Fasilitas (<i>facility</i>)	21
2.1.5 Perilaku Konsumen	22
2.1.6 Keputusan pembelian	14
2.1.7 Peran Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	28

2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Identifikasi Variabel	34
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	34
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1 Produk (X_1)	35
3.2.2 Harga (X_2)	35
3.2.3 Lokasi (X_3)	35
3.2.4 Fasilitas (X_4)	36
3.2.5 Keputusan pembelian (Y)	36
3.3 Jenis Data	37
3.4.1 Data Sekunder	37
4.4.2 Data Primer	37
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Analisis Deskriptif Responden	40
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.8.1 Uji Instrumen Data	40
3.8.1.1 Uji Validitas	40
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	42
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	42
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.8.4 Uji Hipotesis	43
3.8.4.1 Uji F	43
3.8.4.2 Uji t	44
3.8.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan dan Tugasnya	47
4.1.3 Tenaga Kerja	48
4.1.4 Jam Kerja Karyawan	48
4.1.5 Sistem Upah	49
4.1.6 Aspek Produksi	49
4.1.6.1 Bahan Baku	49
4.1.6.2 Peralatan Produksi	49
4.1.6.3 Proses Produksi	50
4.1.7 Aspek Pemasaran	50
4.1.7.1 Daerah Pemasaran	50
4.1.7.2 Saluran Distribusi	50
4.2 Data Dstatistik Deskriptif	50
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	50
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	52
4.2.2.1 Produk	52
4.2.2.2 Harga	53
4.2.2.3 Lokasi	55
4.2.2.4 Fasilitas	56
4.2.2.5 Keputusan pembelian	58
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	59
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data	59
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	60
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	63
4.3.3.1 Pengujian Normalitas	63
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas	64
4.3.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	64
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.3.4.1 Uji F	65
4.3.4.2 Uji t	66
4.3.4.3 Koefisien Determinasi	67
4.4 Pembahasan	68

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI : Uji Validitas
- LAMPIRAN VII : Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN VIII : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN IX : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN X : Dokumentasi
- LAMPIRAN XI : Revisi ujian skripsi dan komprehensif

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan, 2004. *Menejemen Pemasaran (Dalam Konsep Dan Strategi)*. Jakarta: Rajawali Grafindo.
- Alfian, Mohammad. 2013: *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Aksesibilitas Lokasi, dan Kekuatan Referensi Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan Padang Salero Bundo di Jakarta*. Skripsi.
- Dhien alfath, aulya. 2013. *Analisis pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (studi pada coffee shop stove syndicafe di semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- 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)
- Ghanimata, Fifyanita.2012: *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, T Hani. 2008. *Menejemen edisi 2*. BPFE : Yokyakarta.
- Iswayanti, ika putri, 2010: *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kembaren, Emelya. 2009. “**analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kentucky fried chicken pada kfc jalan gajah mada medan**”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan.
- Raharjani, jeni. 2005. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pasar swalayan sebagai tempat belanja (studi kasus pada pasar swalayan di seputar kawasan simpang lima semarang)*. Jurnal studi menejemen dan organisasi. Vol.2 no.1 januari 2005.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Menejemen Pemasaran*. Dialih bahasa Oleh Drs. Benyamin Molan, Buku ke Satu Edisi Kedua Belas PT. Indeks, Jakarta.
- Kotlar, dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, jakarta.
- Larosa, Rebeka, Septhani, 2011 : *analisis pengaruh produk, promosi, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian (Studi pada warung-warung disekitar simpang lima semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Busines Edisi IV*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sulastiyono, Agus, 2006. “*Manajemen Penyelenggaraan Hotel*”. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dann R&D*. Bandung Alfabeta.

- Sugiyono, 2010. ***Metode Penelitian Bisnis***. Bandung Alfabeta.
- Suryani, ade. 2012. ***Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (pada dr. Resto padang)***. Skripsi fakultas ekonomi tamansiswa padang.
- Tjiptono, Fandy. 2008. ***Pemasaran jasa***. Penerbit Andi Publishing, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. ***Strategi Pemasaran, Edisi ke dua***, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. ***Strategi Pemasaran, Edisi ke pertama***, Andi Offset, Yogyakarta.