

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

Oleh:

Faiqotul Himmah
NIM. 1310411012

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember
Email : ikefabiyana.03@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 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 itu semua tentang bagaimana pelaku bisnis menyiapkan strategi dan indonesia juga menyiapkan kebijakan tentang semakin berkembangnya pertumbuhan ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu sasaran dari kebijakan ekonomi suatu Negara. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan perkembangan GNP (*Gross National Product*), Pendapatan Nasional Bruto (*Gross National Product/GNP*) suatu negara adalah hasil dari aktivitas perekonomian secara keseluruhan dari negaratersebut. Pendapatan Nasional Bruto per Kapita sering digunakan sebagai tolok ukur tingkat kesejahteraan ekonomi penduduk di suatu negara. Contohnya saat ini pada industri makanan di indonesia yaitu sektor industri makanan (nonmigas) ditargetkan tumbuh dengan laju rata – rata 8,56 persen per tahun. Target peningkatan kapasitas utiliasi khususnya subsektor yang masih berdaya asing sekitar 80 persen. Dapat dilihat perkembangan seberapa

besar persentase GNP dalam 7 tahun belakang ini, industri makanan di indonesia mempunyai indeks produksi industri makanan besar dan sedang pada tahun 2003 sampai 2009. Pada tahun 2003 indeks produksi industri sebesar 113.56, pada tahun 2004 sebesar 117.34, pada tahun 2005 sebesar 118.85, pada tahun 2006 sebesar 116.92, pada tahun 2007 sebesar 123.44, pada tahun 2008 sebesar 127.15. 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 dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Franchise *Fried Chicken* Di Jember

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

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Produk *C'Bezt Fried Chicken* tegal besar ternyata mampu bersaing dengan

produk makanan cepat saji lainnya. Sehingga dapat dilihat dari omset

pendapatan selama 2016 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 dengan 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 untuk tanggap mengenai hal-hal apa saja yang perlu dipertahankan ataupun dirubah dalam menghadapi persaingan yang mulai ketat ini. Penelitian ini dilakukan di salah satu rumah makan yang sudah lama berdiri di daerah 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 di sekitar 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 (X_2)

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 parkir *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).

2.3 Teknik 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:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

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

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

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 digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah dengan nilai signifikan $0,000 < 5\%$ ($0,05$). Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan *degree of freedom* atau F tabel df $(n-k)$. Dimana k merupakan jumlah variabel independen (x) atau variabel regresor.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika probabilitas (signifikansi) F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika probabilitas (signifikansi) F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun signifikansi

ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan $0,05$ maka H alternatif diterima dan H_0 ditolak.

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1; \beta_2; \beta_3 = 0$, berarti variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

$H_0 : \beta_1; \beta_2; \beta_3 \neq 0$, berarti variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Untuk menentukan nilai t, jika t hitung $> t$ tabel maka statistik tabel dapat menggunakan taraf signifikansi 5% ($0,05$) yang terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y.

3. Kriteria Pengujian

Dengan taraf signifikansi 5% ($0,05$) pada nilai t tabel, maka kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- c. Bila signifikansi statistik $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak.
- d. Bila signifikansi statistik $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.
- e. **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	1,442	0,742	0,462
2	Produk (X_1)	0,199	2,913	0,006
3	Harga (X_2)	0,255	3,380	0,002
4	Lokasi (X_3)	0,210	2,918	0,005
5	Fasilitas (X_4)	0,230	2,743	0,008

Dari data tabel diatas persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 1,442 + 0,199 X_1 + 0,255 X_2 + 0,210 X_3 + 0,230 X_4$$

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 (16,625)	F tabel (2,578) Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05) Signifikan

dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (16,625 > 2,578) 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 (H_a diterima).

2. Uji T

Hasil Uji t

Uji t						Keterangan
No	Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t table	
1	Produk	0,006	0,05	2,913	1,679	Signifikan
2	Harga	0,002	0,05	3,380	1,679	Signifikan
3	Lokasi	0,005	0,05	2,918	1,679	Signifikan
4	Fasilitas	0,008	0,05	2,753	1,679	Signifikan

Menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi dan fasilitas memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,679 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	<i>R</i>	0,772
2	<i>R Square</i>	0,596
3	<i>Adjusted R Square</i>	0,561

Dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,561. Hal ini berarti 56,1% 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.

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

d. Pembahasan

tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel produk sebesar 0,199 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 (2,913) > t tabel (1,679) 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 Apriliana (2015,) yang menyatakan ada pengaruh produk terhadap

keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar 0,255 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 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,380) > t tabel (1,679) 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

Qomariah (2011), yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0,210 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 0,005 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,918) > t tabel (1,679) 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 Mimi (2015), yang menyatakan ada pengaruh lokasi terhadap keputusan

pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variable fasilitas sebesar 0,230 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 0,008 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,753) > t tabel (1,679) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa Area parkir 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 Ariyanto (2016), yang menyatakan ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis

yang diajukan, yaitu fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

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

Pengujian secara bersama-sama diperoleh kesimpulan bahwa Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Fasilitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Pengujian secara parsial diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, semakin baiknya produk yang dihasilkan akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan pembelian.
2. Variabel Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Variabel Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, jika lokasi semakin strategis akan mempermudah konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Variabel Fasilitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, jika fasilitas yang diberikan memuaskan kebutuhan konsumen hal itu dapat meningkatkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan

Adapun yang perlu diperhatikan oleh C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember jember, PT. Cipta Aneka Selera, dan C'Bezt Fried Chicken lainnya yang ada di jember harus memperhatikan terkait aspek-aspek yang mengacu pengisian kuesioner oleh pelanggan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, karena hasil kuisisioner ini dapat membantu kedepannya, yaitu meliputi:

1. Produk

Produk yang ditawarkan C'Bezt Fried Chicken cukup baik dalam hal ini terlihat dari olahan produk ayam potong

fried chicken, dalam hal menyajikan makanan dan mempersiapkan makanan terkadang mengalami keterlambatan jadi perlu adanya persiapan dan kesigapan ekstra dalam hal menyiapkan menu makan ke pengunjung.

2. Fasilitas

Fasilitas yang disediakan oleh *C'Bezt Fried Chicken* sangatlah baik dan mampu memenuhi keputusan konsumen, namun untuk fasilitas suara musik perlu adanya perbaikan lagi dengan menghadirkan musik yang *up to date*, *familiar*, dan enak di dengar sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan tingkat keputusan konsumen bertambah.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil uji koefisien determinasi penelitian ini 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

Apriliana, Tri Ayu, Hesty. 2015. *Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan*

pembelian smartphone android merek samsung di mahasiswa fakultas ekonomi manajemen, Universitas Muhammadiyah. Jember.

Ariyanto, Noval, Moh. 2016. *Pengaruh atmosfer , dan atribut terhadap minat beli konsumen pada rumah makan ayam bakar wong solo jember,* Universitas Muhammadiyah. Jember.

Assauri, Sofyan, 2004. *Menejemen Pemasaran (Dalam Konsep Dan Strategi)*. Jakarta, Rajawali Grafindo.

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

Gujarati, Damador N. 2007. *Dasar – Dasar Ekonometrika*, Erlangga, Jakarta.

Handoko, T Hani. 2008. *Menejemen edisi 2*. BPFE : Yogyakarta.

Junaidi. 2010. *r Tabel, Tabel, dan t Tabel*. www.pps.unud.ac.id. Diakses tanggal 21 Januari 2017.

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

Kotler, Philip dan Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, jakarta.

Masyuhuri, dan Asnawi. 2009. *Metedologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Malang Press.

Mimi, SA. 2015. *Pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di ranch*

- market*. Universitas Tarumanagara. Padang.
- Sulastiyono, Agus, 2006. “*Manajemen Penyelenggaraan Hotel*”. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, dan Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran, Edisi ke pertama*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi ke dua*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran jasa*. Penerbit Andi Publishing, Yogyakarta.
- Qomariah, Nurul. 2011. *Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menabung Di Bank Mandiri Syariah Jember*. JEAM Vol X No. 1.