

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICAGO FRIED CHICKEN, PERUMNAS 2**

Ratih Fitri Yatun<sup>1</sup>, Sri Rahayu Puspita Sari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ekonomi / Manajemen, Universitas Gunadarma

**Article History**

Received : 21-September-2023

Revised : 21-September-2023

Accepted : 06-November-2023

Published : 07-November-2023

**Corresponding author\*:**

Ratih Fitri Yatun

**Contact:**

[ratih.fitriyatun@gmail.com](mailto:ratih.fitriyatun@gmail.com)

**Cite This Article:**

Yatun, R. F. ., & Sari, S. R. P. . (2023). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICAGO FRIED CHICKEN, PERUMNAS 2. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(6), 168–175.

**DOI:**

<https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1178>

**Abstract:** Culinary businesses in Indonesia continue to grow and develop very rapidly. The culinary diversity that exists in various regions and areas of Indonesia produces variations and uniqueness in the tastes and characteristics of these regions. The aim of the research is to find out and analyze the influence of price, promotion and product quality on purchasing decisions for Chicago Fried Chicken, Perumnas 2 in part or together. The data used in the research is primary data using a questionnaire instrument for 224 respondents. The sampling method in this research is non-probability sampling with a purposive sampling technique or sampling based on certain characteristics. The tests carried out consisted of validity, reliability, multiple linear regression, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this research show that price influences purchasing decisions for Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Promotion influences purchasing decisions for Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Product quality influences purchasing decisions for Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Price, Promotion and Product Quality together - equally influential on purchasing decisions for Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.

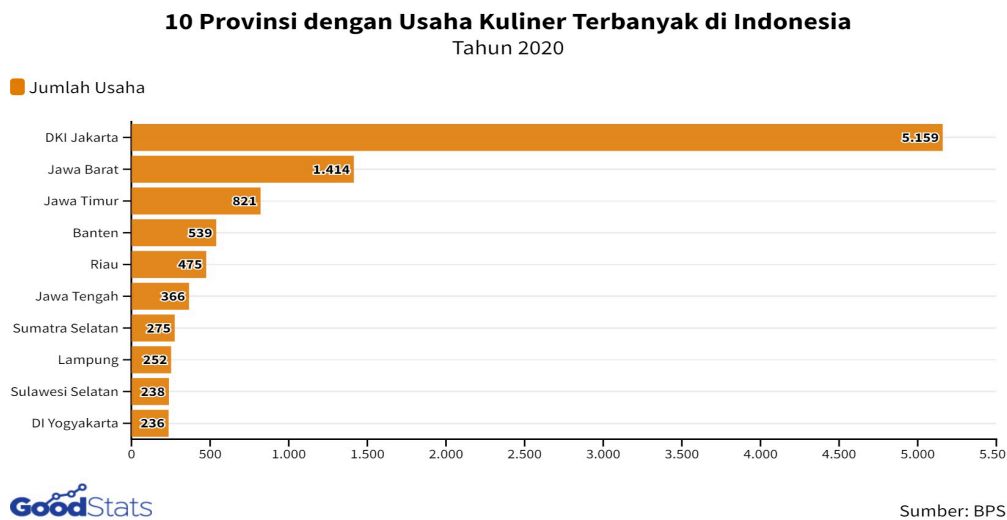
**Keywords:** Price, Promotion, Product quality, Buying Decision

**Abstrak:** Usaha Kuliner di Indonesia terus bertumbuh dan berkembang sangat pesat. Kekaragaman kuliner yang dimiliki di berbagai daerah dan wilayah Indonesia menghasilkan variasi dan keunikan tersendiri pada cita rasa dan kekhasan daerah tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui, dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2 secara sebagian maupun bersama-sama. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dengan menggunakan instrumen kuesioner sebanyak 224 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Uji yang dilakukan terdiri atas uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago fried Chicken, Perumnas 2.

**Kata Kunci:** Harga, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

**PENDAHULUAN**

Usaha Kuliner di Indonesia terus bertumbuh dan berkembang sangat pesat. Kekaragaman kuliner yang dimiliki di berbagai daerah dan wilayah Indonesia menghasilkan variasi dan keunikan tersendiri pada cita rasa dan kekhasan daerah tersebut. Perkembangan teknologi juga turut serta membangun usaha kuliner dalam menjangkau keinginan dan kepuasan konsumen pada usaha ini. Salah satu usaha kuliner yang banyak digemari masyarakat Indonesia yaitu olahan daging ayam mulai dari ayam goreng, rebus maupun bakar. Salah satu usaha kuliner di Indonesia yang menyajikan makanan siap saji dari olahan daging yaitu Chicago Fried Chicken yang telah memiliki banyak gerai di beberapa wilayah di Indonesia.



Gambar 1. 10 Provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia

Dapat dilihat dari gambar 1. DKI Jakarta memiliki usaha kuliner terbanyak di Indonesia pada tahun 2020 yaitu sebesar 5.159 usaha. Di urutan kedua dari daerah Jawa Barat yang memiliki 1.414 usaha. Selanjutnya provinsi Jawa Timur yang memiliki 821 usaha kuliner, di posisi keempat sebanyak 539 usaha dimiliki provinsi Banten dan di posisi ke lima provinsi Riau yang memiliki 475 usaha di tahun 2020.

Untuk meraih konsumen para usaha kuliner menggunakan berbagai cara pemasaran diantaranya melalui promosi, harga yang bersaing dengan para kompetitor namun tidak mengurangi kualitas produk yang ditawarkan. Sehingga para konsumen dapat memutuskan membeli sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyuni dan Widiasuti [22] yang menyatakan variabel kualitas produk promosi, dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, judul dalam penulisan ini yaitu “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.”

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Chicago Fried Chicken, Perumnas 2. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 224 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F, serta uji koefisien determinasi dengan menggunakan alat bantu pengujian SPSS.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan 30 responden terlebih dahulu dengan menggunakan kuesioner sebanyak 40 pernyataan yang terdiri dari 10 pernyataan pada masing-masing variabel. Didapatkan hasil 1 pernyataan tidak valid pada variabel harga sehingga pada pengujian selanjutnya dilakukan dengan 39 pernyataan yang terdiri dari 9 pernyataan variabel harga, 10 pernyataan variabel promosi, 10 pernyataan variabel kualitas produk, dan 10 pernyataan variabel keputusan pembelian. Hasil uji validitas 30 responden dinyatakan valid maka pengujian selanjutnya dapat dilakukan dengan 224 responden dengan hasil dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)			
X1.1	0,780	0,131	Valid
X1.2	0,843		
X1.3	0,618		
X1.4	0,829		
X1.5	0,894		
X1.6	0,755		
X1.7	0,794		
X1.8	0,803		
X1.9	0,689		
Promosi (X2)			
X2.1	0,698	0,131	Valid
X2.2	0,700		
X2.3	0,738		
X2.4	0,615		
X2.5	0,475		
X2.6	0,619		
X2.7	0,610		
X2.8	0,556		
X2.9	0,604		
X2.10	0,502		
Kualitas Produk (X3)			
X3.1	0,872	0,131	Valid
X3.2	0,711		
X3.3	0,539		
X3.4	0,777		
X3.5	0,705		
X3.6	0,729		
X3.7	0,627		
X3.8	0,823		
X3.9	0,762		
X3.10	0,524		
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.1	0,801	0,131	Valid
Y.2	0,750		
Y.3	0,511		
Y.4	0,741		
Y.5	0,573		
Y.6	0,552		

Y.7	0,661		
Y.8	0,745		
Y.9	0,669		
Y.10	0,486		

Sumber: data diolah

Tabel 1. Menunjukkan hasil  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pengujian menggunakan taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel sebesar 224 responden, maka diperoleh  $r_{tabel} = 0.131$ . Hasil uji validasi 39 butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Harga (X <sub>1</sub> )	0,919
Promosi (X <sub>2</sub> )	0,807
Kualitas Produk (X <sub>3</sub> )	0,887
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,845

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 pada tiap variabel, maka pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuisioner dinyatakan reliabel.

### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan secara linier variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji regresi linier berganda menunjukkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.379	1.361	
Harga	.295	.030	.401
Promosi	.265	.040	.278
Kualitas Produk	.348	.041	.358

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,379 + 0,295 X_1 + 0,265 X_2 + 0,348 X_3$$

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,379 artinya jika variabel independen harga, promosi dan kualitas produk dianggap tetap atau bernilai nol, maka tingkat keputusan pembelian pada Chicago Fried Chicken, Perumnas 2 bernilai 5,379.

2. Koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,295 artinya jika variabel harga ( $X_1$ ) meningkat 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,295 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya Pengaruh harga yaitu 40,1% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.
3. Koefisien regresi variabel promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,265 berarti jika variabel promosi ( $X_2$ ) meningkat sebesar satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) pada Chichago Fried Chicken, Perumnas 2 mengalami kenaikan sebesar 0,265 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya Pengaruh variabel promosi yaitu 27,8% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.
4. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 0,348 berarti jika variabel kualitas produk ( $X_3$ ) meningkat sebesar satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) pada Chichago Fried Chicken, Perumnas 2 mengalami kenaikan sebesar 0,348 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya Pengaruh variabel kualitas produk yaitu 35,8% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan maka diperoleh seperti pada Tabel 6 berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of theEstimate
1	.888 <sup>a</sup>	.788	.786	1.80621

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah

Tabel 4 di atas menunjukkan hasil nilai *adjusted R square* sebesar 0.786 yang berarti 78.6% dari variabel harga, promosi dan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2 sedangkan sisanya 21,4% dipengaruhi variabel - variabel lain yang tidak di teliti seperti lokasi, orang, proses dan bukti fisik.

### Uji Hipotesis

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara sebagian Terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2

Di bawah ini merupakan Hasil pengujian dari uji t:

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.953	.000
Harga	9,771	.000
Promosi	6.691	.000
Kualitas Produk	8.428	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah

Uji Hipotesis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2  
 Nilai t hitung variabel harga sebesar 9,771 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Menunjukan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung ( $9,771 > t$  tabel ( $1,9708$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.

Uji Hipotesis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2

Nilai t hitung variabel promosi sebesar 6,691 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung  $(6,691) > t$  tabel  $(1,9708)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.

Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2

Nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar 8,428 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung  $(8,428) > t$  tabel  $(1,9708)$  dan nilai signifikan adalah  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2

Di bawah ini merupakan Hasil pengujian dari uji t :

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2675.253	3	891.751	273.342	.000 <sup>b</sup>
	Residual	717.729	220	3.262		
	Total	3392.982	223			

dependent variable: Keputusan Pembelian  
predictors: (constant), Kualitas Produk, Promosi, Harga  
Sumber : data diolah

Nilai signifikan sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikan  $< 0.05$ . sedangkan hasil yang diperoleh dari F hitung sebesar 273,342 lebih besar dari F tabel sebesar 2,65 berarti bahwa harga, promosi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.

## KESIMPULAN & SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.
2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.
3. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago Fried Chicken, Perumnas 2.
4. Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Chicago fried Chicken, Perumnas 2.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Chicago Fried Chicken, Perumnas 2  
Chicago Fried Chicken cabang Perumnas 2 harus memperhatikan dan mempertahankan variabel harga dan Kualitas Produk yang sudah baik dalam benak konsumen. Perusahaan melakukan promosi secara langsung pada pelanggan, untuk yang akan datang perusahaan dapat memaksimalkan promosi pada media sosial seperti instagram, facebook dan juga twitter sehingga konsumen dapat mengetahui promosi dan mengenal produk melalui media tersebut dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain seperti lokasi, orang, proses, bukti fisik yang tidak digunakan dalam penelitian ini, juga penggunaan software lain selain SPSS seperti AMOS, Lisel, SAS dan Objek paylater lainnya. Dengan harapan dapat menemukan hasil temuan baru yang bisa bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen pemasaran.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Alma, B. 2012. Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- [2] Aminudin, L. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Mega Mas Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol. 15 No. 5
- [3] Assauri, Sofjan. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- [4] Daryanto. 2011. Media Pembelajaran. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- [5] Elmiliyasi, D. F. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri. Jurnal At-Tamwil. Vol. 2 No.1
- [6] Ero, F., Gunadi, W. 2023. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arabian Fried Chicken Di Cawang Otista. JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Maajemen. Vol. 3, No. 2
- [7] Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Kotler, P. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta: Prenhalindo
- [9] Kotler, P., Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erangga
- [10] Kotler, P., Armstrong, G. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13,
- [11] Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [12] Kotler, P., Armstrong, G. 2014. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- [13] Kotler, P., Keller, K. L. 2012. Maajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- [14] Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. Marketing Management, 15 th. United States: Pearson Education.
- [15] Lovelock, C., Jochen, W., & Jacky, M. 2010. Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [16] Riani, Susi. 2019. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Botania Batam Center. Skripsi Program Sudi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
- [17] Silaban, S. E., Elisabeth, E., Sagala, Roslinda. 2019. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fied Chicken (KFC) Simpang Matara Medan. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol 5 No. 2
- [18] Suryani, T. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [19] Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi
- [20] Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3. Yogyakarta: Andi
- [21] Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- [22] Trisnawati., Khojin, N. 2023. Pengaruh Harga Jual dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Hisana Fried Chicken Ketanggungan. JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research. Vol. 1, No. 1
- [23] Wahyuni, E., Widiastuti, E. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Cepat Saji Rocket Chicken (Studi Kasus Pada Rocket Cicken Cemani Sukoharjo). Vol. 21 No. 2
- [24] Zuhro, Z. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi Pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 11, Nomor 9

[25] <https://www.bps.go.id/> [diakses 12 November 2023]

[26] <https://goodstats.id/> [diakses 12 November 2023]