

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi di berbagai belahan dunia. Banyak bermunculan outlet yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk. Hal ini disebabkan makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi semua orang. Pesatnya pertumbuhan industri jasa makanan memicu munculnya restoran cepat saji.¹

Menjamurnya restoran cepat saji membuat masyarakat mudah menikmati makanan yang disajikan secara cepat. Terkait dengan kebutuhan primer manusia jenis usaha tempat makan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan. Budaya makan diluar rumah, tingkat konsumeris yang tinggi dan jadwal kerja manusia yang padat membuat masyarakat lebih memilih untuk makan di restoran. Melihat besarnya peluang ini, para pengusaha termotivasi untuk memulai bisnis restoran yang menjual makanan dan minuman yang disesuaikan dengan kebutuhan mayoritas masyarakat. Industri pangan bukan lagi hanya dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan biologis namun juga menjadi sarana hiburan dan

¹ Vina Mandasari (2011), ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RESTORAN CEPAT SAJI MELALUI PENDEKATAN DATA *MINING* : STUDI KASUS XYZ. Jurnal Generic Vol 6 No 1.

gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Bisnis kuliner dimassa kini harus mementingkan cita rasa dan melihat kebutuhan konsumen.

Seiring dengan perkembangan tersebut, semakin banyak para pelaku usaha mendirikan usaha kuliner dalam berbagai bentuk mulai dari pedagang kaki lima, warung rumah makan, hingga restoran waralaba (*franchise*). Banyaknya restoran *franchise* dengan konsep *fast food* yang berdiri di Kota Kediri membuat para pelaku usaha bersaing dengan restoran yang lainnya. Persaingan tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan bisnis.

Perencanaan sebuah usaha restoran dibutuhkan ketelitian dan perencanaan yang panjang serta matang. Sebuah restoran tidak hanya menjual produk tetapi juga menjual jasa. Produk berupa makanan yang bisa pelanggan nikmati karena berbentuk fisik dan jasa yang diberikan oleh karyawan restoran kepada pelanggan (*tangible and intangible*). Pertumbuhan usaha restoran yang semakin beragam dan bervariasi tentu membuat para pengusaha restoran harus dapat bersaing demi kelangsungan usahanya.

Dalam kondisi persaingan bisnis yang ketat, hal yang menjadi prioritas utama sebuah restoran adalah minat konsumen untuk membeli produknya. Pelanggan yang merasa tertarik dengan produknya kemungkinan besar akan terus datang dan membeli kembali ke restoran tersebut dan berdampak pada pemasukan serta laba dari restoran tersebut.

Sedangkan pelanggan yang merasa tidak minat dengan produk yang ditawarkan mayoritas akan beralih ke restoran lain, mengingat banyaknya usaha bisnis restoran di masa kini.

Menurut Boyd Walker pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.² Perilaku konsumen menjadi hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Adapun hal-hal tersebut adalah proses dan aktivitas ketika seseorang (konsumen) berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa. Menurut Kotler dan Keller, sebelum konsumen melakukan pembelian, ada beberapa tahap yang harus dilalui. Tahap-tahapan dalam proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Proses pertama adalah pengenalan masalah, dimana konsumen merasa adanya ingin memiliki atau membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Berikutnya konsumen akan berusaha mencari dan mengumpulkan informasi tentang barang yang diinginkan. Setelah mendapatkan informasi yang cukup, konsumen mulai membandingkan dengan produk serupa lainnya untuk memperoleh alternatif produk, ini disebut sebagai evaluasi alternatif. Dalam evaluasi alternatif ini konsumen akan membuat keputusan apakah akan membeli atau tidak. Apabila

² Boyd I Walker, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Ahli Bahasa Oleh Imam Nurmawan, Jakarta:Erlangga, 1997, hal 123

konsumen membuat keputusan untuk membeli maka akan berada dalam tahap terakhir yaitu perilaku pasca pembelian. Perilaku pasca pembelian, konsumen akan merasakan manfaat dari produk dan juga akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau tidak.³

Menurut Rambat Lupiyoadi, bauran pemasaran merupakan seperangkat / alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Kotler, bahwa bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan di pasar sarannya. Para pemasar umumnya menggunakan bauran pemasaran ini sebagai alat untuk mendapat tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan dari pasaran mereka atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang dengan barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu ketika pembeli akan menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Apalagi produk atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok sehari-hari seperti makanan,

³ Aditya Hangga Supangat (2017), Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6 No 9.

minuman dan kebutuhan pokok lainnya, pembeli akan sangat memperhatikan harganya.⁴

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Amstrong produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dimiliki, dipergunakan, atau dikonsumsi. Produk tersebut dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.⁵ Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan.⁶ Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghasilkan mutu bila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Terdapat kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk makanan yang berkualitas, sesuai dengan selera dan keinginan serta memiliki harga yang relatif terjangkau.⁷

Pada saat ini kuliner sedang menjadi suatu kebutuhan masyarakat yang mempunyai bermacam-macam menu makanan salah satunya *fried chicken*. *Fried chicken* akhir-akhir ini mengalami peningkatan pembelian.

⁴ Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal (2012), Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Diponegoro Journal of Management Vol I No 2.

⁵ Cholifatun Nisak, Pengaruh Harga, Keberagaman Model Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabila Store, Jurnal Universitas Diponegoro.

⁶ Philip Kotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj Imam Nurmawan, (Jakarta Erlangga, 2001), 346

⁷ Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal (2012), Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Diponegoro Journal of Management Vol I No 2.

Kreativitas penjual untuk membuat varian dari rasa saos dan sambal yang membuat konsumen tertarik.

Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010, sesuai perkembangan dan mulai di-franchise-kan dengan pola kemitraan hal ini dapat mendorong pengusaha-pengusaha baru dengan modal yang terjangkau. Melalui tahapan proses yang panjang, akhirnya berdirilah gerai-gerai *Fast Food Restaurant* dengan *brand* Rocket Chicken mulai dari daerah tingkat 1 hingga daerah tingkat 2 seperti di DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Keunggulan Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah. Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai *Brandawareness* tinggi, prospektif dan *marketable*.⁸

Salah satu cabang Rocket Chicken di Kediri yaitu Rocket Chicken yang berada di Jl. KH Wachid Hasyim no. 34 Bandar Lor Kota Kediri. Di dalam lokasi ini ada beberapa restoran cepat saji selain rocket chicken yaitu quick chicken dan hisana.

TABEL 1.1 RATA-RATA JUMLAH PENGUNJUNG DALAM SEHARI

Rocket Chicken	Quick Chicken	Hisana
150	100	115

Sumber : Wawancara pada Rocket Chicken, Quick Chicken dan Hisana⁹

Hasil dari tabel 1.1 ini dapat dilihat perbedaan jumlah rocket chicken, quick chicken dan hisana lebih banyak pengunjung yang membeli

⁸ <http://rocketchickenindonesia.com/> diakses pada tanggal 10 September 2018

⁹ Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2018

di rocket chicken sehingga peneliti memilih rocket chicken untuk tempat penelitian.

Beberapa perbedaan antara rocket chicken, quick chicken, dan hisana sebagai berikut :

TABEL 1.2 PERBEDAAN VARIAN DAN HARGA *FRIED CHICKEN*

	Rocket Chicken	Quick Chicken	Hisana
Produk	5 varian	5 varian	2 varian
Harga	Rp. 7.000 – Rp. 15.000	Rp. 11.500 - Rp. 18.500	Rp. 11.000 – 15.000
Promosi	Brosur	Brosur	-
Tempat	Ruangan Luas	Ruangan Luas	Ruangan Sempit

Sumber data : Wawancara pada Rocket Chicken, Quick Chicken dan Hisana¹⁰

Hasil dari tabel 1.2 ini dapat disimpulkan perbedaan harga rocket chicken, quick chicken dan hisana lebih murah harga yang ada di rocket chicken sehingga dari harga yang murah banyak konsumen yang berminat untuk membeli di restoran rocket chicken, Mahal dan murah nya atau selisih harga pada produk yang ada ditawarkan selalu menjadi bahan pertimbangan oleh setiap konsumen. Oleh karena masalah penentuan harga dan produk harus menjadi perhatian utama penjual dalam menarik minat konsumen.

Rocket Chicken adalah perusahaan waralaba atau *franchise* yang bergerak di bidang fast food restaurant, dengan produk unggulan. Produk-produk rocket chicken yaitu *fried chicken*, *burger*, *steak* dan *chinese food*, yang disajikan dengan cita rasa yang khas. Produk – produk rocket chicken memiliki harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat.

¹⁰ Wawancara dilakukan pada tanggal 20 oktober 2018

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap 40 responden, berikut daftar produk yang sering dikonsumsi di Rocket Chicken :

TABEL 1. 3 DAFTAR MENU YANG DIBELI OLEH KONSUMEN

No	Produk	Jumlah
1	<i>Fried Chicken</i>	28
2	<i>Burger</i>	2
3	<i>Steak</i>	3
4	<i>Chinese Food</i>	7
	Jumlah	40

Sumber : Wawancara pada tanggal 20 Oktober 2018

Berdasarkan tabel diatas, dari 40 responden, 28 responden memilih membeli *fried chicken*, 2 responden memilih membeli *burger*, 3 responden memilih membeli *steak*, dan 7 responden memilih membeli *chinese food*. Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden membeli produk *fried chicken*.

Sejalan dengan teori Kotler bahwa bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Diantaranya yaitu harga, produk, lokasi, dan promosi. Sedangkan menurut Kotler keputusan pembelian adalah tahap atau proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Berikut merupakan alasan konsumen rocket chicken membeli di rocket chicken :

TABEL 1. 4 ALASAN KONSUMEN MEMBELI DI ROCKET CHICKEN

No	Keputusan Pembelian	Penilaian Responden
1	Kualitas Produk	11
2	Brand Image	2
3	Variasi Produk	6
4	Kualitas Pelayanan	3
5	Harga	13
6	Promosi	3
7	Lokasi	2
	Jumlah	40

Sumber : Wawancara pada tanggal 20 Oktober 2018

Dari tabel 1.4 dapat diketahui bahwa 11 responden memilih kualitas produk, 2 responden memilih brand image, 6 responden memilih variasi produk, 3 responden memilih kualitas pelayanan, 13 responden memilih harga, 3 responden memilih promosi dan 2 responden yang memilih lokasi. Sehingga dapat disimpulkan faktor paling tinggi yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga dan kualitas produk. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FRIED CHICKEN* (STUDI KASUS PADA ROCKET CHICKEN BANDAR KOTA KEDIRI)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana harga *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?

2. Bagaimana kualitas produk *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?
3. Bagaimana keputusan pembelian produk *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui kualitas produk *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang hubungan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu yang telah didapat selama proses perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi Rocket Chicken dalam meningkatkan dan mengembangkan usaha.

c. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat, dan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam topik restoran cepat saji.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan dugaan (*conjectural*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.¹¹ Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. H₀: Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

Ha: Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

2. H₀: Tidak ada pengaruh kualitas produk dalam keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

Ha: Ada pengaruh kualitas produk dalam keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

3. H₀: Tidak ada pengaruh harga dan kualitas produk dalam keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

Ha: Ada pengaruh harga dan kualitas produk dalam keputusan pembelian *fried chicken* pada Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.

F. Penegasan Istilah

1. Harga

Harga adalah nilai yang ada pada sebuah barang atau suatu yang harus dibayar/ditebus untuk memperoleh barang yang dibeli. Harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah dari seluruh nilai yang diberikan konsumen untuk manfaat yang diterimanya atau digunakan dari suatu

¹¹ Fred N. Kerlinger, *Asas-Asas Penelitian Behavioral*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), 30.

produk atau jasa.¹² Dalam penelitian ini yang dimaksud harga adalah sejumlah nilai yang ada pada suatu barang atau produk yang mempunyai nilai tukar dengan uang.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan.¹³ Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghasilkan mutu bila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Terdapat kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk makanan yang berkualitas, sesuai dengan selera dan keinginan serta memiliki harga yang relatif terjangkau.¹⁴ Dalam penelitian ini kualitas produk adalah kemampuan suatu barang dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.¹⁵ Dalam penelitian ini

¹² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 2001), 399.

¹³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj Imam Nurmawan, (Jakarta Erlangga, 2001), 346

¹⁴ Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal (2012), Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, *Diponegoro Journal of Management* Vol I No 2.

¹⁵ Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli barang dari beberapa pilihan produk yang tersedia.

E. Telaah Pustaka

Peneliti menelusuri beberapa karya penelitian lain yang dapat dijadikan sebagai referensi, sumber acuan, dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan antara lain:

1. Penelitian oleh RA Nur Amalina.¹⁶ Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi dengan keputusan membeli melalui uji regresi linier berganda $Y = 0,247 X_1 + 0,304 X_2 + 0,308 X_3$. Variabel yang paling besar yaitu variabel lokasi sebesar 0,308 sedangkan yang paling kecil yaitu variabel persepsi harga sebesar 0,247. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent*.

Dalam penelitian ini persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Untuk perbedaan terletak pada objek penelitian. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen Rocket Chicken Sukorejo Kendal, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada konsumen Rocket Chicken Bandar Kediri.

¹⁶ RA Nur Amalina, "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal)" (Universitas Diponegoro, 2015), skripsi.

2. Penelitian oleh Eni Fitriani.¹⁷ Hasil penelitian tersebut menunjukkan uji F menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli kosmetik wardah, dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi F (F_{sig}) sebesar = 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($F_{sig} 0.000 < 0.05$). pengujian secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi t (t_{sig}) dengan nilai alpha ($\alpha=0,05$) pada tingkat kepercayaan 95%. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent*.
Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Eni Fitriani dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah di Rocket Chicken.
3. Penelitian oleh M. Arif Maulana Lutfi.¹⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan bahwa harga motor Yamaha V-Ixion mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Yamaha V-Ixion pada Dealer Mataram Sakti Nganjuk.

¹⁷ Eni Fitriani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo”, (2017), skripsi.

¹⁸ M. Arif Maulana Lutfi, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA V-XION MATARAM SAKTI KAB.NGANJUK”, (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 2014), I, skripsi

Yaitu sebesar 7,369 dengan nilai signifikansi 0.000, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Sedangkan kualitas mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 4,177 dengan nilai signifikansi 0.000, maka nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Jika ditinjau dengan hasil penelitian dengan uji f menunjukkan bahwa harga dan kualitas berpengaruh signifikan. Secara simultan yakni sebesar 70,534 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi α 0,05. Jadi harga dan kualitas mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini menandakan semakin rendah harga dengan kualitas yang baik suatu produk maka akan semakin banyak yang membeli.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan yang akan peneliti lakukan. Persamaan terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. *Dependent* yang dipakai keputusan pembelian dan pengaruh harga dan kualitas sebagai variabel *independent* yang dipakai.

Perbedaannya adalah pada objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen motor V-ixion di deler Mataram Sakti Kabupaten Nganjuk, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan adalah konsumen Rocket Chicken Bandar Kota Kediri.