

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SARANG BURUNG WALET  
DI DESA SUNGAI PASIR DARAT KABUPATEN  
OGAN KOMERING ILIR**



**Skripsi Oleh :**

**NINIS KIKI DESMITA**

**01011382025212**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
PALEMBANG**

**2025**



**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SARANG BURUNG WALET  
DI DESA SUNGAI PASIR DARAT KABUPATEN  
OGAN KOMERING ILIR**

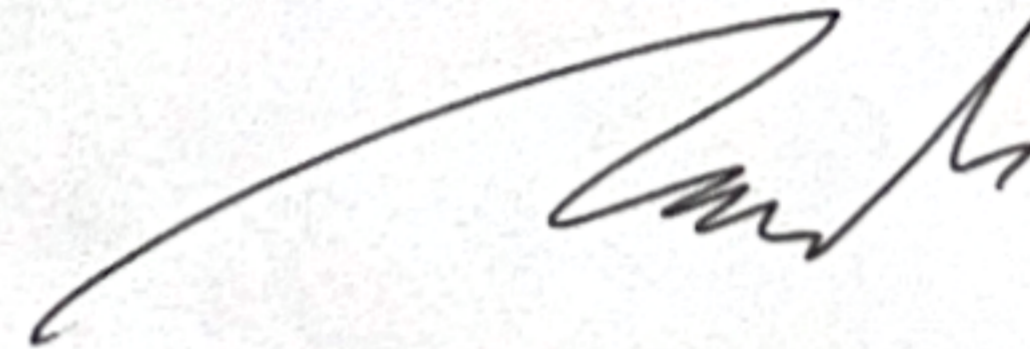
Disusun Oleh:

Nama : Ninis Kiki Desmita  
Nomor Induk Mahasiswa : 01011382025212  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 5.12.2024



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

NIP. 197512252015041001



ASLI

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI

13 / 2024

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARANG BURUNG WALET DI DESA SUNGAI PASIR DARAT KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Disusun oleh:

Nama : Ninis Kiki Desmita

NIM : 01011382025212

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

**Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 januari 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.**

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 10 januari 2024

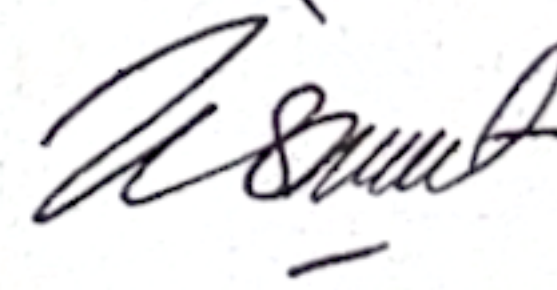
Penguji,

Pembimbing,



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

NIP.197512252015041001

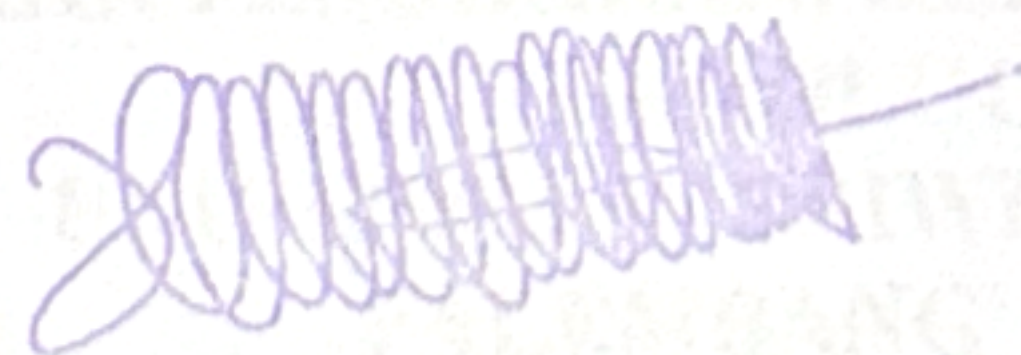


Dr. Isnawati, S.E., M.Si

NIP.198208152023212024

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001



## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ninis Kiki Desmita

NIM : 01011382025212

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARANG BURUNG WALET DI DESA SUNGAI PASIR DARAT KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Pembimbing : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

Penguji : Dr. Iisnawati, S.E., M.Si

Tanggal Ujian : 6 januari 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 10 januari 2025



Ninis Kiki Desmita

NIM. 01011382025212



## **MOTTO**

Kesuksesan bukanlah hal yang final, kegagalan bukanlah hal yang fatal, yang terpenting adalah keberanian untuk terus maju.



## **PERSEMBAHAN**

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada ayah dan ibu saya yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Terimakasih kepada pacar saya yang sudah membantu selama masa studi saya, kepada sepupu dan sahabat-sahabat seperjuangan saya terimakasih saya ucapkan karena kita sudah berjuang bersama-sama hingga mencapai titik ini.



## KATA PENGANTAR

Rasa syukur dari hati terdalam saya panjatkan pada Allah SWT pemilik kehidupan, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya saya diberi kesempatan untuk menulis dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak mendapatkan syafaat beliau di yaumul akhir nanti. Pada skripsi ini penulis mengambil judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir”. Skripsi ini saya buat dengan tujuan untuk tugas akhir saya, dan semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi saya, tempat penelitian, dan orang lain.

Skripsi ini mungkin masih banyak kekurangan dan kesalahan, sebagai penulis saya haturkan permohonan maaf dan dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, 10 januari 2025



Ninis Kiki Desmita

NIM. 01011382025212



## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan serta anugerah yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tiada daya dan upaya kecuali dengan pertolongan Allah SWT.
2. Kedua Orang Tuaku tercinta
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
6. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
7. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing telah membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Dr. Iisnawati, S.E., M.Si selaku penguji yang bersedia meluangkan waktu untuk datang menguji dan memberi saran dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
9. Teman teman yang membantu menghibur, membantu memberi saran, ide



ketika sedang bingung untuk melanjutkan pembuatan skripsi ini.

10. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
11. Seluruh staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang telah membantu saya selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 lainnya, yang sudah juga membantu saya selama menempuh perkuliahan.
13. Semua pihak lainnya yang yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan banyak hal yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada saya selama ini



ASLI

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI

13 / 2025

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARANG BURUNG WALET DI DESA SUNGAI PASIR DARAT KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Oleh

Ninis Kiki Desmita

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini didapat melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan.

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

Pembimbing



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

NIP.197512252015041001

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001



## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR SWALLOW'S NEST IN SUNGAI PASIR DARAT VILLAGE, OGAN KOMERING ILIR REGENCY

By

Ninis Kiki Desmita

*This research aims to determine the influence of price and product quality on purchasing decisions for Swallow's nest in Sungai Pasir Darat Village, Ogan Komering Ilir Regency. This research used a sample of 100 respondents. The data collection method used in this research was obtained through a questionnaire. The data analysis technique used is multiple regression analysis. Based on the results of the analysis, it is concluded that price has a negative effect on purchasing decisions and product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and simultaneously price and product quality have a significant effect.*

*Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions*

*Advisor*

*Head of Manajemen Dapartmen*



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

NIP.197512252015041001



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001



ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 13/2025  
FAKULTAS EKONOMI / 1

## SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Saya dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

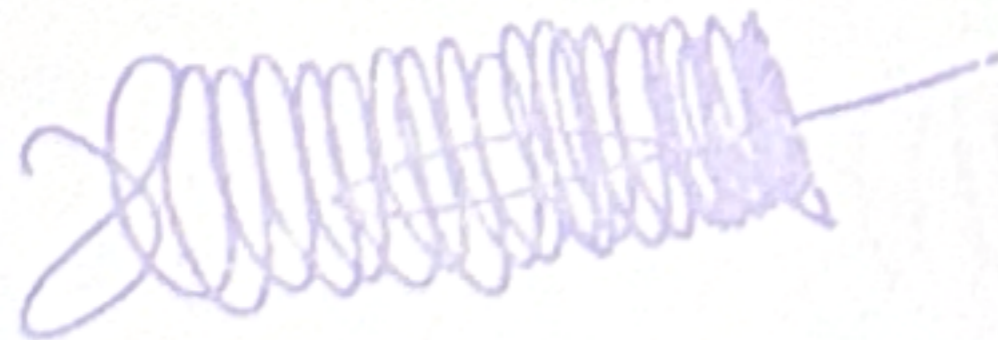
Nama : Ninis Kiki Desmita  
NIM : 01011382025212  
Fakultas : Manajemen  
Bidang kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembaran abstrak.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing Skripsi



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.

NIP.197512252015041001



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Ninis Kiki Desmita  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Pasir, 03 Desember 2001  
Agama : Islam  
Status : Lajang  
Alamat Rumah (Orang Tua) : Dusun V Desa Sungai Pasir  
Alamat E-mail : niniskikid@gmail.com



### Pendidikan Formal :

- Sekolah Dasar : SD N 1 Sungai Pasir
- Sekolah Menengah Pertama : SMP N 16 Palembang
- Sekolah Menengah Atas : SMA N 19 Palembang



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Bauran Pemasaran .....	10
2.2 Konsep Keputusan Pembelian.....	10
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.2.2 Faktor Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
2.2.3 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	12
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	13
2.3 Konsep Harga .....	14
2.3.1 Pengertian Harga .....	14
2.3.2 Manfaat Harga.....	15
2.3.3 Indikator Harga .....	15
2.4 Konsep Kualitas Produk.....	16
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.4.2 Indikator Kualitas Produk .....	17
2.5 Penelitian Terdahulu .....	18
2.6 Kerangka Pemikiran.....	21
2.7 Hipotesis.....	22



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	23
3.2 Rancangan Penelitian .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1 Jenis Data .....	23
3.3.2 Sumber Data .....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Populasi dan Sampel .....	25
3.5.1 Populasi .....	25
3.5.2 Sampel .....	25
3.6 Uji Instrumen .....	27
3.6.1 Uji Validitas .....	27
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.7.1 Uji Normalitas .....	28
3.7.2 Uji Multikolinearitas .....	29
3.7.3 Uji Heterokedastisitas .....	30
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	30
3.9 Uji Hipotesis .....	31
3.9.1 Koefisien Korelasi .....	31
3.9.2 Koefisien Determinasi .....	31
3.9.3 Uji t .....	31
3.9.4 Uji F .....	32
3.10 Definisi Operasional Variabel .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Profil Objek Penelitian .....	36
4.1.1 Deskripsi Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir .....	36
4.2 Hasil Analisis Data .....	37
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	38
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	39
4.2.5 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga .....	39
4.2.6 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk .....	43
4.2.7 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian .....	46
4.3 Uji Instrumen .....	50
4.3.1 Uji Validitas .....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.4.1 Uji Normalitas .....	53
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	54
4.5 Analisis Regresi Berganda .....	54
4.6 Uji Hipotesis .....	56
4.6.1 Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	56



4.6.2 Uji t.....	57
4.6.3 Uji F .....	58
4.7 Pembahasan .....	59
4.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir .	59
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	60
4.7.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Daftar Harga Sarang Walet .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Hubungan Antar variabel .....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	39
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Harga (X1).....	39
Tabel 4.6 Distribusi Variabel Kualitas Produk (X2).....	43
Tabel 4.7 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk(X2) .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.15 Analisis Regresi Berganda .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	58



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner.....	72
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	75
Lampiran 3 Hasil Olah Data .....	84
Lampiran 4 r-tabel.....	98
Lampiran 5 t-tabel.....	100
Lampiran 6 F tabel .....	102



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi saat ini telah membawa perkembangan pesat dalam dunia industri. Arus globalisasi yang semakin terbuka memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan mereka. Namun, di sisi lain, persaingan yang sangat ketat juga memaksa kalangan usaha untuk berlomba-lomba mendapatkan keunggulan kompetitif. Menghadapi persaingan industri yang semakin ketat ini memerlukan strategi marketing yang efektif dan efisien. Pelaku usaha harus memahami perilaku konsumen di pasar sasaran dan menawarkan produk berkualitas serta pelayanan yang baik. Perilaku konsumen penting dipahami untuk mengetahui bagaimana mereka membuat keputusan pembelian terhadap barang atau jasa (Putri dan Rizaldi, 2021).

Indonesia memiliki sumber daya alam hayati yang melimpah, dan jika dikelola dengan baik, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Patton, dkk., 2021). Khususnya Provinsi Sumatera Selatan, terdapat banyak penduduk yang berminat dalam usaha sarang burung walet. Salah satu wilayah yang terkenal dengan populasi burung waletnya adalah Ogan Komering Ilir. Di wilayah ini, banyak pengusaha yang mendirikan gedung-gedung khusus untuk sarang burung walet. Usaha sarang burung walet menjadi menarik karena nilai ekonomi yang tinggi dari sarang burung walet itu sendiri.



Burung walet memiliki kemampuan unik untuk membuat sarang dengan menggunakan air liur yang dihasilkan dari tubuhnya sendiri. Sarang ini dikenal sebagai *edible nest* atau sarang yang dapat dikonsumsi. Sarang burung walet memiliki berbagai manfaat kesehatan, seperti untuk pengobatan batuk, asma, dan panas dalam. Kotoran burung walet juga memiliki nilai ekonomi karena dapat digunakan sebagai pupuk yang meningkatkan kesuburan tanah. Baik sarang maupun kotoran burung walet yang menjadi komoditas yang memiliki harga jual tinggi, sehingga menarik minat banyak pengusaha untuk terjun ke dalam industri ini (Syahrantai dan Yandrizar, 2018).

Memahami pasar dan konsumen, serta menawarkan produk berkualitas seperti sarang burung walet yang kaya manfaat, menjadi kunci sukses bagi pengusaha dalam menghadapi persaingan industri yang semakin ketat di era globalisasi. Era globalisasi saat ini membuat dunia industri mengalami perkembangan pesat akibat arus yang semakin terbuka bagi pelaku bisnis. Persaingan yang sangat ketat memaksa kalangan usaha berlomba-lomba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat ini, diperlukan strategi marketing yang efektif dan efisien. Pelaku usaha harus memahami perilaku konsumen di pasar sasaran dan menawarkan produk berkualitas serta pelayanan yang baik (Mardiana, 2022)

Burung walet punya ciri khas yang membedakannya dari spesies burung lainnya. Yang membedakannya dari burung lain yaitu mereka melakukan sebagian besar aktivitas mereka di udara, termasuk makan dan bereproduksi, sehingga disebut sebagai burung layang-layang. Burung layang-layang memiliki



keunikan lainnya dalam membuat sarang yang memiliki peminat pembelian dalam jumlah yang tinggi (Artanto, dkk., 2022). Nilai ekonomi pada burung layang-layang yang tinggi disebabkan oleh pandangan bahwa air liur yang dihasilkan oleh burung walet dan diambil dari sarangnya memiliki potensi untuk anak digunakan dalam pembuatan obat-obatan yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit (Yana,2022)

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varian-varian baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan (Kasanti, 2019)

Salah satu strategi perusahaan serta termasuk strategi pemasaran dalam mencapai kunci untuk menentukan kesuksesan operasional dari perusahaan yaitu harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Mardia et al., 2022). Harga sangat menentukan untuk konsumen dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan produk yang baik, berkualitas, dan menentukan harga yang sesuai dengan produknya.



**Tabel 1.1 Daftar Harga Sarang Walet**

No.	Bentuk Produk	Harga Desa Sungai Pasir Darat	Desa X	Desa Y
1	Mangkok	10.000	9500	11.000
2	Sudut	7.000	6500	8.000
3	Patahan	4.000	3.500	5.000

Sumber : Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa harga produk sarang walet di Desa Sungai Pasir Darat, Kabupaten Ogan Komering Ilir, memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan desa-desa lainnya. Di Desa Sungai Pasir Darat, harga sarang walet berbentuk mangkok dijual seharga Rp10.000 per ons, sarang berbentuk sudut dihargai Rp7.000 per ons, dan sarang patahan dibanderol Rp4.000 per ons.

Fenomena perbedaan harga ini juga dapat dilihat di Desa X dan Desa Y. Di Desa X, harga sarang walet berbentuk mangkok dijual seharga Rp9.500 per ons, sarang berbentuk sudut dihargai Rp6.500 per ons, dan sarang patahan dibanderol Rp3.500 per ons. Sementara itu, di Desa Y, harga sarang walet berbentuk mangkok dijual seharga Rp11.000 per ons, sarang berbentuk sudut dihargai Rp8.000 per ons, dan sarang patahan dibanderol Rp5.000 per ons.

Perbedaan harga ini ditentukan oleh beberapa faktor, termasuk kualitas produk dan kelangkaan produk tersebut di masing-masing desa. Desa yang memiliki produk dengan kualitas lebih tinggi dan lebih sulit ditemukan cenderung menetapkan harga yang lebih tinggi. Selain itu, kebijakan desa masing-masing dalam menetapkan harga juga berperan penting dalam menentukan harga akhir produk sarang walet. Kebijakan ini mungkin mempertimbangkan berbagai faktor, seperti biaya produksi, permintaan pasar, dan strategi pemasaran lokal.



Pemahaman mengenai variasi harga ini dapat membantu pembeli untuk menentukan pilihan desa mana yang memberikan nilai terbaik berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka. Ketika seorang pembeli lebih mengutamakan kualitas dan bentuk mangkok, maka Desa Sungai Pasir Darat bisa menjadi pilihan utama. Sebaliknya, jika harga menjadi faktor utama, pembeli mungkin mempertimbangkan desa lain yang menawarkan harga sedikit lebih rendah.

Dalam merumuskan strategi untuk memikat pelanggan, penjual di Desa Sungai Pasir Darat harus menekankan harga sesuai dengan kualitas produk mereka, sambil tetap waspada terhadap persaingan harga dari desa-desa tetangga. Dengan strategi pemasaran yang tepat, perbedaan harga yang kecil ini dapat diubah menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Keputusan pembelian pelanggan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini yang membuktikan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (*Arif & Khairi Siregar, 2021*). Selanjutnya membuktikan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (*Widyanto & Albetris, 2021*). Adapun membuktikan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (*Maghfiroh, 2019*).

Keputusan pembelian pelanggan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Pelanggan dalam melakukan pembelian



pastinya ingin memenuhi kebutuhan ataupun juga kepuasan dari apa yang mereka inginkan. Keputusan pembelian pelanggan pastinya ada faktor yang membuat pelanggan tersebut melakukan suatu pembelian yaitu salah satunya melihat kualitas produk. Kualitas Produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Rosnaini, 2017).

Kualitas dari setiap produk yang dihasilkan merupakan salah satu unsur yang harus mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan, kalau perusahaan ingin memenangkan suatu persaingan dalam usaha. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Konsumen menginginkan produk yang dibelinya sesuai dengan keinginannya atau produk tersebut berkualitas. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian (Anisa dan Sari, 2020).

Kualitas produk adalah faktor krusial yang mempengaruhi daya jual sarang walet. Sarang walet yang berkualitas tinggi biasanya dihargai lebih mahal dan diminati oleh konsumen karena manfaat kesehatannya yang tinggi. Namun, di tengah persaingan pasar yang ketat, beberapa pengusaha sarang walet kerap kali melakukan praktik curang untuk meningkatkan keuntungan. Salah satu metode



yang sering dilakukan adalah dengan membasahi sarang walet. Praktik ini bertujuan untuk menambah berat sarang walet secara artifisial sehingga terlihat lebih berat dan, pada akhirnya, bernilai jual lebih tinggi (Nurindrawati, dkk., 2024).

Sayangnya, meskipun cara ini dapat memberikan keuntungan finansial jangka pendek bagi pengusaha, hal ini membawa dampak negatif kualitas produk. Sarang walet yang dibasahi menjadi lebih rentan terhadap pertumbuhan jamur dan bakteri, sehingga bisa mengurangi nilai gizi dan keamanan produk bagi konsumen. Selain itu, sarang walet yang dibasahi cenderung kehilangan tekstur aslinya dan menjadi rapuh tentunya mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Ketidakjujuran ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat merusak reputasi industri sarang walet secara keseluruhan. Konsumen yang kecewa dengan kualitas produk yang mereka beli mungkin akan berpaling ke produk lain, atau lebih buruk lagi, ke pasar yang menawarkan harga lebih murah tanpa memperhatikan kualitas dan keamanan. Karena itu, sangat penting bagi pengusaha sarang walet untuk menjaga integritas dan komitmen terhadap kualitas produk mereka dengan memastikan bahwa sarang walet yang dijual adalah murni dan berkualitas tinggi, pengusaha dapat membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan pasar berkelanjutan serta menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Penelitian sebelumnya menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Fatmaningrum et al., 2020). Selanjutnya menyatakan



bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Farisi 2018). Tolak ukur dari hasil penggabungan harga dan kualitas produk yang baik tentu saja menjadi perhatian pelanggan untuk dapat mempertimbangkan keputusan mereka dalam memilih produk tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dipersembahkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka terdapat pokok permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :



1. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap keputusan pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh atau tidak terhadap keputusan pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya tujuan penelitian ini, maka adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi penelitian yang sejenis atau untuk mengembangkan penelitian mengenai Pengaruh harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan pengepul atau pengusaha sarang burung walet di Desa Sungai Pasir Darat Kabupaten Ogan Komering Ilir mendapatkan gambaran tentang pengambilan keputusan serta pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang dilakukan perusahaan di masa selanjutnya sehingga perusahaan-perusahaan dapat membenahi kekurangan-kekurangan sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achyanoor, A. (2018). Manajemen Pengelolaan Aplikasi Zakat SiMBA Pada BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan.
- Angraini, D., & Harwani, Y. (2020, February). The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta. In *4th International Conference on Management, Economics and Business (ICMEB 2019)* (pp. 296-301). Atlantis Press.
- Anisa, N. F., & Sari, H. M. K. (2022). The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image of Bear Brand Milk on Purchase Decisions during a Pandemic Period for Students of Muhammadiyah University of Sidoarjo Management Study Program. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 2, 10-21070.
- Arif, M., & Khairi Siregar, I. (2021). Purchase Decision Affects, Price, Product Quality and Word Of Mouth. *International Journal of Economic*, 2(1).
- Artanto, S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Delta Walet Kota Muara Tengah.
- Artanto, S., Farida, E., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Delta Walet Kota Muara Teweh. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(08).
- Asti, D. W., Hasbiah, S., & Haeruddin, M. I. W. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Product Purchasing Decisions at Pt Intan Pariwara. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 1(2), 238-258.
- Botutihe, K., Sumarauw, J. S., & Karuntu, M. (2018). Analisis Sistem Antrian Teller Guna Optimalisasi Pelayanan Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 Cabang Unit Kampus Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Budiharja, R. G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 133954.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The effect of product quality, service quality, price on product purchasing decisions on consumer



satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61-70.

Elmiliasari, D. F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken (Studi Kasus Di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Selatan. *The National Conference on Management and Business (NCMAB)*.

Fatmaningrum Sakti, R., Fadhilah, M., & Susanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 4(1).

Haro, A., Oktaviana, D., Trimulia Dewi, A., Anisa, W., & Suangkupon, A. (2020). The Influence of Brand Image and Service Quality towards Purchase Intention and Its Impact on the Purchase Decision of Samsung Smartphone. *KnE Social Sciences*.

Hikmah Perkasa, D., Astiana Suhendar, I., Randyantini, V., & Andrini, E. (2020). The Effect Of Electronic Word Of Mouth (EWOM), Product Quality and Price On Purchase Decisions. *Dinasti International Journal Education Management and Social Science*, 1(5).

Ihham, A. I., Hartono, S., & Handiman, U. T. (2020). The Influence of Product Quality, Price and Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions (Case: Hansaplast Koyo in Tangerang). *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 5(2), 23-32.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry, S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk safety merek Proguard pada PT AIM safety Indonesia. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 43-51.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.



- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59-72.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1).
- Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan WOM (Word OF Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada CV. Tristas Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA*, 817(3), 817–826.
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digidowiseiso, K. (2023). The influence of product quality, brand image, and price perception on the purchase decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. *International Journal of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 3(1), 169-176.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34-44.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Mardia, Lorensius, M., & Simanjuntak, M. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Mardiana, M. (2022). *Peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Mukarromh, D. S., & Chusnul Rofiah. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1).
- Nurindrawati, F. Y., Yani, M., & Indayani, L. (2024). Analisis Faktor–Faktor Penentu Keberhasilan Budidaya Sarang Burung Walet Untuk Meningkatkan Nilai Jual. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6348-6372.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374–1400.



- Patton, A., Salim, G., Prakoso, L. Y., Prihantoro, K., Pramono, B., Indarjo, A., ... & Feber, W. (2021). *Strategi Pertahanan Melalui Optimalisasi Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Perbatasan*. Syiah Kuala University Press.
- Putri, N. E., & Rizaldi, A. (2021). Perkembangan Koperasi Di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0 di Era Globalisasi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 1(6), 528-535.
- Rahmadoni, S., & Anggriani, I. (2022, December). Pengaruh Display Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kita Panorama Di Kota Bengkulu. In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (pp. 133-138).
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1-12.
- Rajasa, E. Z., Manap, A., Ardana, P. D. H., Yusuf, M., & Harizahayu, H. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 451-455.
- Ristanti, A., & Setyo Iriani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).
- Rosnaini, D. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global RCI.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Selian, S. A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Produk Smartphone OPPO (Studi Kasus di Plaza Medan Fair)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. beta.
- Syahrantau, G., & Yandrizal, M. Y. M. (2018). Analisis Usaha Sarang Burung Walet Dikelurahan Tembilahan Kota (Studi Kasus Usaha Sarang Burung Walet Pak Sutrisno). *Jurnal Agribisnis*, 7(1), 74-85.



- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Andi Offset.
- Tonce, Y., & Darius, Y. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian*. Adad.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1).
- Yana, W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet (Studi Kasus Pengusaha Pengepul Sarang Burung Walet Bapak Agus Suryanta Desa Banjar Harjo, Kabupaten Kulon Progo)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. kh Saifuddin Zuhri).