

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Delta Walet Kota Muara Teweh

Syndu Artanto *)
Eka Farida **)
Khalikussabir *)**

Email : sinduartanto@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of: 1. Price to Buying Decision, and Product Quality on Buying Decision. The sampling technique used is a non-probability sampling technique used, namely accidental sampling, which is a sampling method that is in accordance with the criteria in the study. Determination of this sample using the Malhotra formula and obtained data of 56 samples. The method of describing the data used here is Multiple Linear Regression Analysis. it can be concluded that Price has a negative significant effect on buying decision and Product Quality has a positive significant effect on buying decision.

Keywords: Buying Decision, Price, Product Quality

Pendahuluan

Latar belakang

Indonesia di kenal memiliki berbagai sumber daya alam yang melimpah, Salah satunya Sarang Burung walet (*Collocalia fuciphaga Thunberg*) merupakan burung yang dapat membuat sarang dengan menggunakan air liurnya sendiri. Sarang yang dihasilkannya bersifat *edible nest* atau sarang yang dapat dikonsumsi dan biasa disebut dengan istilah *Edible Bird's Nest* (EBN) (Koon dan Cranbook, 2002).

Burung walet sebagai salah satu sumber daya yang memiliki nilai jual yang tinggi, burung walet yang menghasilkan sarang secara alami banyak di jumpai di dalam hutan serta gua-gua yang berada di pesisir laut. Indonesia juga memiliki 3 jenis burung walet yang menghasilkan EBN yaitu walet sarang putih (*C.fuciphaga*), walet sarang hitam (*C.maxima*) dan walet linci atau seriti (*C.linchi*). (Soehartono dan Mardiastuti, 2003). Semakin berkembangnya perusahaan yang bergerak pada sektor penjualan sarang burung walet mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk perusahaan tersebut, supaya mampu bertahan atau bahkan menguasai pangsa pasarnya. Segala usaha ditempuh oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mampu menghasilkan keuntungan yang ditargetkan, dan juga mencapai tujuan yang diinginkan. Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan tentunya memerlukan strategi-strategi untuk menghadapi pesaingnya.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT.DELTA WALET Tahun 2019-2021

Tahun	Total (kg)	Harga	Total (IDR)
2021	2.724	12.043.000	32805132000
2020	2.567	14.020.000	35989340000
2019	3.154	10.248.000	32322192000

Sumber: Data diolah 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas dari tahun 2019 sampai tahun 2021

perusahaan delta wallet mengalami penurunan dalam penjualan karena di fase itu perusahaan terdampak kasus covid-19 dimana hal ini mempengaruhi penjualan sarang walet di PT.DELTA WALET,karena untuk ekspor keluar pulau mengalami kendala,seperti pembatasan bahan pangan dalam ekspedisi, dimana hal ini dikhawatirkan sebagai sarana penyebaran virus covid-19,sehingga hanya beberapa konsumen maupun distributor yang tetap melakukan transaksi dengan PT.DELTA WALET, bagi para konsumen sarang walet hal ini tentu mempersulit mereka dalam bertransaksi akibat pembatasan tersebut, karena bagi konsumen, sarang walet memiliki khasiat mempertahankan imun tumbuh di masa pandemi tersebut. Akibatnya harga wallet pada saat ini meningkat drastis dikarenakan minimnya pasokan dari pabrik utama yang disebabkan oleh kendala pada transportasi saat pengiriman karena pembatasan sosial akibat covid-19.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses merasa dan mengevaluasi informasi merek, mempertimbangkan bagaimana alternatif merek memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan pada suatu merek. Proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan (Kotler, 2012:132).

Harga merupakan faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Ramli (2013:51) harga adalah sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk.

Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga yang ditawarkan oleh kompetitor penjual sarang burung walet yang ada di beberapa daerah khususnya Muara Teweh Kalimantan Tengah beragam sesuai dengan bentuk dan kualitas. Namun pada dasarnya konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk termasuk faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang menawarkan kualitas paling bermutu.

Kualitas produk harus dijaga oleh setiap produsen supaya konsumen yang telah membeli atau menggunakan produknya akan tetap setia dan loyal tanpa harus membuat keputusan untuk membeli suatu produk dalam Delta Walet sehingga tidak berpindah ke tempat lain untuk membeli sarang burung walet. Keistimewaan atau keunggulan kualitas produk dapat diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk yang di tawarkan oleh delta walet maka akan meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

Kualitas produk sarang burung walet di Delta Walet Muara Teweh Kalimantan Tengah tidak kalah dengan beberapa daerah lain. Karena pemilik Delta Walet dan karyawannya selalu mengutamakan kualitas dari setiap produk demi kepuasan para pelanggan yang berarti mereka sangat menjaga kualitas produknya

demi kepuasan pelanggan, artinya dengan menjaga kualitas produk maka pelanggan tidak akan lari ke tempat lain untuk membeli sarang burung walet.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana deskripsi Keputusan pembelian, Harga, dan Kualitas Produk di delta walet Muara Teweh?
- b. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
- d. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis deskripsi Keputusan pembelian, Harga, dan Kualitas Produk di delta walet Muara Teweh
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Manfaat Penelitian

- a. Bagi pengusaha usaha burung walet di kota Muara Teweh
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana referensi dalam meningkatkan kualitas agar mendapat harga yang maksimal dalam produksinya.
- b. Bagi pembeli
Diharapkan mendapatkan wawasan informasi mengenai kualitas produk sarang burung walet.
- c. Bagi peneliti
Dapat menambah wawasan dan menerapkan teori-teori yang telah penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan dengan praktek sesungguhnya di perusahaan.
- d. Bagi peneliti selanjutnya
Bisa menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dimana hasil penelitian ini bisa menjadi referensi untuk di sempurnakan.

Tinjauan Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Alma (2014:96) mengatakan bahwa keputusan pembelian yaitu suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh teknologi, politik budaya, keuangan, harga, dan lokasi. sebagai akibatnya menghasilkan suatu perilaku pada konsumen untuk mengambil keputusan berupa respons yang timbul tentang produkmana yang akan dibeli.

Harga

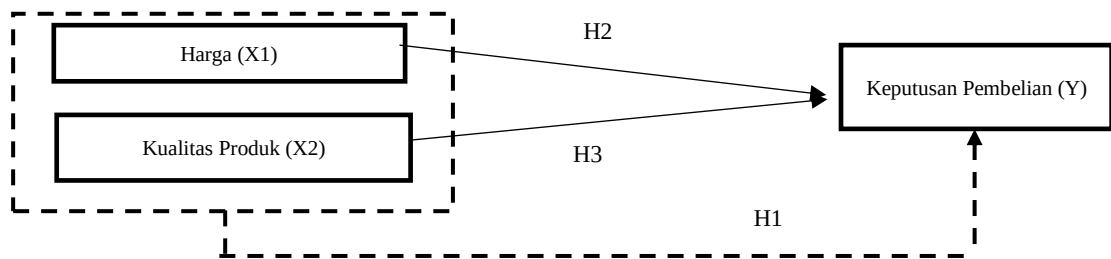
Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang

konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Kualitas Produk

Kualitas produk artinya karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, (Kotler dan Armstrong 2015:253).

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka konseptual

Keterangan :

—————> : Pengaruh parsial
 - - - - -> : Pengaruh simultan

Hipotesis

H1: Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H3: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

Metodologi Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, data kuantitatif lebih mudah dimengerti bila dibandingkan dengan jenis data kualitatif. Lokasi penelitian terletak di Kalimantan Tengah, Kabupaten Barito Utara, Kota Muara Teweh.

Populasi dan Sampel

Konsumen sarang delta walet. Namun jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan Malhotra (2007) cara menentukan jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlahnya adalah dengan mengali setidaknya 4 atau 5 jumlah keseluruhan item pernyataan, Jadi $14 \times 5 = 56$ Sampel.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independent) yang terdiri dari Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2). Kemudian variabel terikatnya (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y).

Definisi Operasional Variabel

- Keputusan pembelian adalah proses mengevaluasi atau memilih produk atau jasa dimana konsumen melewati beberapa tahap dan akibatnya menghasilkan suatu perilaku pada konsume untuk mengambil keputusan.
- Harga adalah nilai tukar atas manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa yang biasanya dinyatakan dengan moneter.
- Kualitas produk adalah ciri khas atau karakteristik dari suatu produk atau jasa yang mampu untuk memenuhi kebutuhan.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden yakni konsumen Sarang Burung Di Delta Walet Kota Muara Teweh. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti menyebarkan daftar item pernyataan kepada responden, dengan menggunakan skala *likert* dengan skor 1-5 untuk penilaiannya.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisa data peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif dengan alat bantu analisis data yaitu SPSS yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh peneliti dari Kuesioner.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	X1.1	0,428	0,263	Valid	0,601	Reliabel
	X1.2	0,608				
	X1.3	0,407				
	X1.4	0,589				
	X1.5	0,528				
	X1.6	0,454				
	X1.7	0,536				
	X1.8	0,594				
Kualitas Produk	X2.1	0,606	0,263	Valid	0,829	Reliabel
	X2.2	0,581				
	X2.3	0,576				
	X2.4	0,827				
	X2.5	0,739				
	X2.6	0,683				
	X2.7	0,560				
	X2.8	0,538				
	X2.9	0,870				
	X2.10	0,483				
Keputusan pembeli	Y.1	0,594	0,263	Valid	0,859	Reliabel
	Y.2	0,776				
	Y.3	0,663				
	Y.4	0,550				
	Y.5	0,716				
	Y.6	0,704				
	Y.7	0,782				
	Y.8	0,808				
	Y.9	0,533				
	Y.10	0,782				

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa hasil pengujian setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai r hitung $>$ r tabel, seluruh variabel menghasilkan nilai r hitung $>$ 0,263. maka

dapat disimpulkan bahwa instrumen setiap variabel dari penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,601	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,829	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,859	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2, hasil penelitian uji reliabilitas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yaitu Kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X1), variasi menu (X2), dan harga (X3) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80688554
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.076
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.600
Asymp. Sig. (2-tailed)		.864

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 3, Hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.864 yang artinya > 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	5.152	4.201		1.226	.226		
Harga	-.047	.102	-.024	-.463	.646	.974	1.027
Kualitas Produk	.917	.053	.921	17.403	.000	.974	1.027

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Harga dan Kualitas Produk berada pada nilai <10, dan nilai *tolerance* >0.1. Maka dapat disimpulkan bahwa didalam data tersebut tidak terdapat multikolinearitas..

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	4.297	2.470		1.740	.088
Harga	-.045	.060	-.103	-.753	.455
Kualitas Produk	-.035	.031	-.156	-1.136	.261

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa variabel bebas memiliki nilai signifikansi >0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.152	4.201		.226
	Harga	-.047	.102	-.024	.646
	Kualitas Produk	.917	.053	.921	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan dari tabel 6, dapat dibuat persamaan linear antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian, sehingga terbentuklah persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,152 + (-0,047) X_1 + 0,917 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi kualitas produk

b2 = Koefisien regresi harga

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

e = Nilai Error

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

Konstanta memiliki nilai 5,152, artinya estimasi dari Keputusan pembelian(Y). Jika variabel bebas mempunyai nilai sama dengan nol maka Keputusan Pembelian adalah sebesar 5,152, Harga (X1) memiliki nilai (-0,047), artinya setiap terjadi kenaikan pada Harga akan membuat penurunan pada Keputusan Pembelian, Kualitas Produk (X2) memiliki nilai 0,917, artinya setiap peningkatan pada Kualitas Produk akan membuat peningkatan pada Keputusan pembelian.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1063.273	2	531.637	156.916
	Residual	179.566	53	3.388	
	Total	1242.839	55		

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 7, hasil Uji F tersebut, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\alpha < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.152	4.201		.226
	Harga	-.047	.102	-.024	.646
	Kualitas Produk	.917	.053	.921	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 8, diatas maka didapatkan hasil uji t dari masing masing variabel sebagai berikut:

Harga (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar -0,463 dan t tabel 2,0058. karena t hitung < t tabel menunjukkan bahwa Ha ditolak dan Ho diterima sehingga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian

Kualitas Produk (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar 17,403 dan t tabel 2,0058. Karena t hitung > t tabel menunjukkan bahwa Ha diterima sehingga dapat diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.856	.850	1.841

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

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 9, dapat dilihat nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,850, karena nilai koefisien determinasi positif dan mendekati 1, berarti membuktikan bahwa variabel independen mampu dijelaskan oleh variabel dependen yaitu sebesar 85% dan 15% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji diatas membuktikan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Fahrezzy dan Trenggana (2018) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa H1 ditolak sehingga dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan sejalan dengan penelitian Akbar dan Haryoko (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Namun tidak sejalan dengan penelitian Sari dan Yuniati (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa H2 diterima sehingga dapat diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Arianto dan Giovanni (2020) serta Putranto dan Kartoni (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Simpulan Dan Saran**Simpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian. Kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

- a. Harga dan Kualitas Produk secara Simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- b. Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian
- c. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang harus dibenahi diantaranya sebagai berikut:

- a. Dari variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian hanya 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga selain dari 2 variabel yang digunakan, variabel lain masih belum terjangkau dalam penelitian ini.

Saran

Peneliti memberi saran sebagai berikut:

- a. Bagi pihak perusahaan
Terhadap hasil yang telah diperoleh, ada beberapa saran yang diharapkan mampu memberikan masukan dalam bentuk ide atau pemikiran sehingga nantinya dapat meningkatkan instansi, antara lain:
Kualitas produk dan harga yang sudah diterapkan merupakan faktor peningkatan kepuasan pelanggan oleh sebab itu diharapkan kepada pihak instansi agar kualitas produk dan harga yang ada untuk dipertahankan dan ditingkat agar apa yang menjadi harapan perusahaan bisa terlaksanakan dan pelanggan pun dapat meningkatkan
- b. Bagi penelitian selanjutnya
 - 1) Masih terdapat faktor – faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka diharapkan penelitin ini dapat dilanjutkan oleh penelitian lain dengan melibatkan faktor – faktor yang belum di teliti
 - 2) Diharapkan pada penelitian berikutnya menggunakan teknik pengumpulan data yang memberikan informasi lebih lengkap

Daftar Pustaka

- Akrim Ashal, L. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan Akrim.
- Fahrezzy, R. S., & Trenggana, A. F. M. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 174–183.
- Goh, D.L.M., Chua, K.Y., Chew, F.T., Seow, T.K., Ou, K.L., Yi, F.C. dan Lee B.W. 2001. Immunochemical Characterisation of Edible Bird's Nest Allergens. *J Allergy Clinical Immunol*. 107 (6): 1082-1088
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciran - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Suhartini, S., Mahbubah, N. A., & Basjir, M. (2021). Marketing Strategy Design Based on Information Technology in Batik Small and Medium-Sized Enterprises in Indonesia. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6(13–114), 39–48. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.244137>
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 153–168.
- Siregar, Syofian. (2013) Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, Jakarta : Bumi Aksara.
- Soehartono T & Mardiasuti A. 2003. Pelaksanaan Konvensi Cites (Convention International on Trade of Endangered Spesies of Flora and Fauna) di Indonesia. Jakarta: JICA

Syndu Artanto *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Eka Farida **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir *)** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma