

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas dan harga burung murai batu terhadap keputusan pembelian penghobi burung pada hasil peternakan di Desa Tulungrejo dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas memiliki nilai t hitung sebesar 4,939 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas murai batu yang ditawarkan, baik dari aspek kualitas suara, kondisi fisik, performa, maupun keturunan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh penghobi.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 4,363 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga yang dianggap sesuai dengan kualitas, terjangkau, kompetitif, dan wajar mampu meningkatkan keputusan pembelian penghobi.

3. Kualitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 19,966 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,12 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,675 menunjukkan bahwa variabel kualitas dan harga mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 67,5%, sedangkan sisanya sebesar 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Peternak Murai Batu

Peternak murai batu di Desa Tulungrejo disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas burung yang dihasilkan, terutama pada aspek kualitas suara, kondisi fisik, performa, dan keturunan. Peternak perlu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan agar konsumen merasa memperoleh nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan menjaga kualitas dan menetapkan harga yang tepat, diharapkan keputusan pembelian konsumen dapat terus meningkat.

2. Bagi Penghobi atau Konsumen

Penghobi murai batu disarankan untuk mempertimbangkan kualitas burung secara menyeluruh sebelum melakukan pembelian, sehingga harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Pertimbangan terhadap kualitas suara, kondisi fisik, performa, dan keturunan burung dapat membantu konsumen memperoleh murai batu yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi keputusan pembelian murai batu, seperti promosi, kepercayaan konsumen, citra peternak, lokasi usaha, kualitas pelayanan, maupun pengaruh komunitas penghobi. Hal ini perlu dilakukan mengingat masih terdapat 32,5% variasi keputusan pembelian yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Azhari, S. A., & Libriani, R. (2025). Analisis Pendapatan Usaha Ternak Ayam Ras Petelur di Langngottong Tajuddin Farm Kecamatan Baula Kabupaten Kolaka. *Journal of Agriculture and Animal Science*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.47637/agrimals.v5i1.1635>
- Abdurachman, F., Herlina, L., & Winar, I. (2025). (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Iphone 11 di Kota Tangerang. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 6(3), 760–774. <https://doi.org/10.31539/t8vhj093>
- Afriani, R. T., Yanti, S. R., & Hermawati, R. D. (2024). The Influence of Perceptions of Price, Quality of Service, Ease of Use and Consumer Satisfaction on Purchasing Interest Online Shopping. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 7(3), 4522–4537.
- Baskara, A., & Nurhayati. (2023). Consumer Behavior in Marketing 4.0: Social Media Marketing and Website Marketing on Purchasing Decisions through TAM As a Mediating Variable. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 550–559. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i3.52056>
- Elvianti, E., Kustiati, K., & Rousdy, D. W. (2024). *Bioakustik Burung Murai Batu (Copsychus malabaricus Scopoli, 1786) Kualitas Kontes*. 13, 42–46.
- Evangelista, G. &. (2025). *Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Sebagai Anteseden Dari Minat Beli Ulang*. 8, 2888–2898.
- Farah Salsabilla¹, M. I. F. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. November, 7705–7711.
- Ferisca Nurwidyanti, & Jeli Nata Liyas. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen PT. Frisian Flag Indonesia di Cabang Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(3), 348–366. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i3.1367>
- Fitrianto, R., & Wahyono, T. E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Shopee Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 80–85. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i2.1892>
- Habsari, N. D., & Hermawan, I. (2025). *Najla Debi Habsari 1, Iwan Hermawan 2*. 4(1), 20–28.
- Ifah, E. N., & Ramadhani, R. (2024). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 657–667. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13772>
- K. A. D. Suprianti, K. . E. S. P. 2025. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

- Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2(9), 2274–2293. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.810>
- Kamil, I., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2025). (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 559–564. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6643>
- Kumar, A., Himanshu, & Rawal, P. (2023). Individual-level discrimination in song characteristics of white-rumped shama, *Copsychus malabaricus*. *Current Science*, 125(1), 59–65. <https://doi.org/10.18520/cs/v125/i1/59-65>
- Medinal, R. K., & Hendarti Tri Styo Mulyani. (2020). *Pengaruh Merk, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Getas 3 Merpati*. 7(2), 60–67.
- Mulyadi, M. Y., Romadhoni, B., & Aulia, A. (2025). Pengaruh Harga Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotografi Capture Creative Makassar. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 1956–1967. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.42805>
- Mulyasari, R., & Bisnis, A. (2025). *Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Merchandise K-Pop Di Bandung*. 02, 1–7.
- Mustama, A. A. H. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplacae Shopee. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(2), 1110–1121. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i2.961>
- Putranto, H. D., Brata, B., & Yumiati, Y. (2020). Ex-situ population of white-rumped shama (*Copsychus malabaricus*): Studies of density, distribution and bird keepers in Bengkulu, Sumatra. *Biodiversitas*, 21(3), 865–874. <https://doi.org/10.13057/biodiv/d210303>
- Putri, A. & G. (2024). (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak*. 32(3), 167–186.
- Ramdani, F., Sahara, S., & Anisa, D. C. (2025). The Influence of Social Media Marketing, Product Quality and Price on Purchase Intention. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(3), 506–523. <https://doi.org/10.38142/jtep.v5i3.1495>
- Rantiani, R., Novalia, N., & Puspita, S. (2025). Faktor Harga dan Digital Marketing Sebagai Penentu Minat Beli Konsumen. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(2), 286–297. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v22i2.16451>
- Rika Prastiwi, Abu Talkah, S. (2021). *Analisa Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Melon Hidroponik terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Kediri*. 32(3), 167–186.
- Risal, A. &. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Lokal Ventela Di Kota Medan. *Jurnal Widya Citra*,

4(April), 226–239.

- Safiah, S., Ajo, A., & Purnamasari, W. O. D. (2025). (2025). *Optimalisasi Manajemen Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Melalui Peningkatan Kinerja dan Pendapatan*. 8479(1), 81–95.
- Safitri, J., Rizan, M., & Buchdadi, A. D. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pelembab Wajah Ramah Lingkungan. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(12), 1391–1400.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sunaryo, S. &. (2024). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dimsum Asap Wangi. *ECONOMIST: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 35–41. <https://doi.org/10.63545/economist.v1i2.24>
- Vanessa, A., Tjiptodjojo, K. I., & Maranatha, U. K. (2024). *Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga*. 11(1), 831–837.
- Wahyu, J., Astuti, T., & Mubadillah, R. (2024). *Identifikasi Perilaku Konsumen Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Pendidikan Di Era Modern*. 1(02).