

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia sering dijuluki sebagai negara kepulauan karena memiliki jumlah pulau sebanyak 17.508 dengan garis pantai menjulang dari sabang sampai merauke sepanjang 81.000 km serta 2/3 dari wilayahnya merupakan daerah perairan. Dengan wilayah perairan yang lebih luas dari daratan membuat Indonesia memiliki potensi perikanan yang melimpah seperti perikanan laut dan perikanan air tawar. Perikanan merupakan kegiatan mengelola dan memanfaatkan sumber daya hayati perairan khususnya ikan. Kegiatan perikanan mencakup seperti penangkapan, budidaya, pengelolaan sampai dengan pemasaran ikan dalam bisnis perikanan. Sektor perikanan menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang strategis dalam menyediakan sumber bahan pangan, membuka lapangan kerja bagi sumber daya manusia, dan meningkatkan devisa negara melalui kegiatan ekspor hasil perikanan<sup>1</sup>. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan produksi perikanan di Indonesia berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia tahun 2024.<sup>2</sup>

**Tabel 1.1**  
**Produksi Perikanan di Indonesia Tahun 2024**

No	Subsektor Perikanan Indonesia	Produksi (Ton)
1	Perikanan Tangkap	7.811.503
2	Perikanan Budidaya	15.754.612
<b>Total</b>		<b>23.566.115</b>

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia.

<sup>1</sup> Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern: Teori Dan Aplikasinya* (Malang: UB Press, 2018).

<sup>2</sup> Produksi Perikanan Indonesia Tahun 2024, Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia, <https://portaldata.kkp.go.id/portals/data-statistik/prod-ikan/summary> (Diakses pada 15 Januari 2024, pukul 08.00 WIB).

Tabel 1.1 menjelaskan produksi perikanan di Indonesia pada tahun 2024. Dimana perikanan budidaya memiliki produksi yang lebih tinggi dibandingkan perikanan tangkap. Perikanan budidaya menjadi tulang punggung pertumbuhan sektor perikanan nasional karena kemampuannya dalam beradaptasi dengan keterbatasan sumber daya alam dan memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat secara konsisten. Hal tersebut membuktikan bahwa sektor perikanan budidaya tetap menjadi penyumbang kontribusi terbesar dalam total produksi perikanan Indonesia.

Berdasarkan kandungan airnya, perikanan budidaya terbagi menjadi tiga, yaitu budidaya air laut, air payau dan air tawar. Budidaya air tawar merupakan kegiatan pengembangan maupun pemeliharaan biota air tawar guna memperoleh keuntungan bisnis. Budidaya air tawar merupakan sektor perikanan yang menjanjikan karena dapat menciptakan permintaan pasar yang tinggi, modal yang kecil, dan perawatannya mudah. Dalam budidaya air tawar terdapat jenis ikan yang termasuk komoditas unggulan. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jenis ikan air tawar dengan komoditas unggulan berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia.<sup>3</sup>

**Tabel 1.2**  
**Jenis Ikan Air Tawar Komoditas Unggulan di Indonesia Tahun 2024**

No	Jenis Ikan Air Tawar	Produksi (Ton)	Masa Panen
1	Nila	1.563.327	4 bulan
2	Lele	1.157.755	3 bulan
3	Bandeng	792.864	4 bulan
4	Mas	523.796	6-8 bulan
5	Patin	381.969	6-7 bulan
6	Gurame	156.309	10-12 bulan

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia.

---

<sup>3</sup> Jenis Ikan Air Tawar Komoditas Unggulan Indonesia Tahun 2024, Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia, <https://portaldata.kkp.go.id/portals/data-statistik/prod-ikan/summary> (Diakses pada 15 Januari 2024, pukul 08.15 WIB).

Pada tabel 1.2, menjelaskan bahwa ikan lele berada di urutan kedua sebagai komoditas unggulan ikan air tawar di Indonesia dengan produksi 1.157.755 ton. Urutan pertama ditempati ikan nila dengan produksi 1.563.327 ton. Meskipun begitu, ikan lele memiliki masa panen yang sedikit lebih cepat daripada jenis ikan lainnya yaitu 3 bulan. Sehingga dengan masa panen yang cepat dapat meningkatkan konsumsi masyarakat karena ketersediaan ikan yang lebih sering dan mudah diperoleh.

Ikan lele adalah kelompok ikan yang hidup di air tawar dengan aliran arus yang tenang seperti sungai, danau, kolam, waduk, dan rawa. Ikan lele memiliki tubuh yang pipih lonjong ramping, kulit licin, dan tidak memiliki sisik serta kepala yang lebar dan bersifat keras. Tubuh ikan ini dilengkapi dengan sirip punggung dan anus yang memanjang serta sirip ekor yang terkadang bersatu. Keunggulan dari ikan lele yaitu rasa dagingnya yang lezat dengan tekstur lembut dan halus, sehingga sesuai untuk berbagai olahan baik di goreng, dibakar, maupun di pepes. Dari segi kesehatan, ikan lele merupakan sumber nutrisi yang baik. Kadungan protein, lemak, mineral, dan vitamin dalam ikan ini mampu menjaga kesehatan otak, jantung, tulang, dan darah.<sup>4</sup>

Berdasarkan data Kementrian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia tahun 2024, menunjukkan produksi ikan lele di Indonesia sebesar 1.157.755 ton. Jumlah tersebut tersebar di provinsi Indonesia. Berikut provinsi yang memiliki produksi ikan lele tertinggi,<sup>5</sup> beserta angka konsumsi ikannya.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Jayadi dkk, *Budidaya Ikan Lele Dengan Sistem Bioflok* (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2024).

<sup>5</sup> Provinsi di Indonesia Dengan Produksi Ikan Lele Tertinggi Tahun 2024, Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia, <https://portaldata.kkp.go.id/portals/data-statistik/prod-ikan/summary> (Diakses pada 15 Januari 2024, pukul 09.15 WIB).

<sup>6</sup> Angka Konsumsi Ikan Provinsi Indonesia 2024, Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia, <https://portaldata.kkp.go.id/portals/data-statistik/aki/tbl-dinamis> (Diakses pada 15 Januari 2024,

**Tabel 1.3**  
**Daftar Provinsi Yang Memiliki Produksi Ikan Lele Tertinggi Beserta Angka**  
**Konsumsi Ikan (AKI) Tahun 2024**

No	Provinsi	Produksi (Ton)	Angka Konsumsi Ikan (Kg/kapita)
1	Jawa Barat	305.368	41,54
2	Jawa Tengah	194.165	39,38
3	Jawa Timur	162.219	51,54

Sumber: Kementerian Kelautan dan Kelautan (KKP) Indonesia.

Berdasarkan tabel 1.3, Jawa Barat menempati urutan pertama sebagai provinsi dengan produksi ikan lele tertinggi yaitu 305.368 ton, disusul Jawa Tengah di urutan kedua dengan 194.165 ton dan urutan ketiga adalah Jawa Timur dengan 162.219 ton. Meskipun produksi ikan lele Jawa Timur lebih kecil, namun angka konsumsi ikan (AKI) dari Jawa Timur lebih besar dari Jawa Barat dan Jawa Tengah yaitu 51,54 kg/kapita.

Kabupaten Kediri merupakan salah satu kabupaten di bagian selatan Jawa Timur dengan luas 1.523,92 km<sup>2</sup>, memiliki penduduk sebanyak 1.688.468 jiwa dengan tingkat kepadatan 1.100 jiwa/km<sup>2</sup>. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia 2023, Kabupaten Kediri memiliki produksi ikan lele tertinggi jika dibandingkan wilayah sekitarnya. Berikut adalah produksi ikan lele yang berada di Kabupaten Kediri dan sekitarnya:<sup>7</sup>

**Tabel 1.4**  
**Data Produksi Ikan Lele di Sekitar Kabupaten Kediri Tahun 2024**

No	Kabupaten/Kota	Produksi (Ton)
1	Kabupaten Kediri	17.553
2	Kabupaten Tulungagung	10.725
3	Kabupaten Nganjuk	9.558
4	Kabupaten Blitar	9.057
5	Kabupaten Jombang	6.768
6	Kabupaten Malang	6.169

Sumber: Kementerian Kelautan dan Kelautan (KKP) Indonesia.

pukul 09.30 WIB).

<sup>7</sup> Produksi Ikan Lele Sekitar Kabupaten Kediri, Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia, <https://portaldata.kkp.go.id/portals/data-statistik/prod-ikan/summary> (Diakses pada 15 Januari 2024, pukul 10.20 WIB).

Melalui data diatas, potensi ikan lele di Kabupaten Kediri dinilai menjanjikan untuk melakukan usaha bidang perikanan. Hal ini dimanfaatkan para pengusaha salah satunya pengusaha kuliner olahan ikan lele, mengingat ikan ini memiliki harga terjangkau dengan kandungan gizi dan rasa yang gurih sehingga tidak kalah dengan ikan lain. Zaman sekarang bisnis yang menguntungkan adalah bisnis kuliner mengingat makanan adalah kebutuhan utama setiap orang. Saat ini usaha kuliner olahan ikan lele berkembang dengan pesat, khususnya di Kabupaten Kediri ditandai dengan berdirinya usaha kuliner yang menyediakan produk olahan ikan lele. Berikut adalah nama usaha kuliner olahan ikan lele yang berada di wilayah Kabupaten Kediri:

**Tabel 1.5**  
**Nama Usaha Kuliner Olahan Ikan Lele di Kabupaten Kediri**

No	Nama Usaha	Alamat	Tahun Berdiri
1	UD Berkah Ibu	Jl. Kediri-Tulungagung, Dsn. Cakruk, Desa Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri.	2014
2	Kusuma Bersaudara	Desa Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri.	2014
3	Wisata Edukasi Kampung Lele	Jl. Puspowarno, Dsn. Cakruk, Desa Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri.	2016
4	Usaha Ibu Dina "ITOENG"	Jl. Genuk Watu, Desa Sekoto, Kec. Badas, Kab. Kediri.	2018
5	Usaha Ibu Sri Utami "KREES Ma'e"	Jl. Sidowareg, RT.02, RW.02, Desa Tunglur, Kec. Badas, Kab. Kediri.	2021

Sumber: Hasil Observasi, 2025.

Berdasarkan tabel 1.5, terdapat 5 usaha kuliner olahan ikan lele di Kabupaten Kediri beserta alamat dan tahun berdirinya. Pada penelitian ini, peneliti mengambil perbandingan pada tiga usaha kuliner olahan ikan lele yang dipilih berdasarkan tahun berdiri paling lama diantaranya UD. Berkah Ibu, Kusuma Bersaudara, dan Wisata Edukasi Kampung Lele. Peneliti memilih

usaha paling lama berdiri karena menganggap usaha tersebut mampu bersaing dengan usaha sejenis, sehingga dapat bertahan lama sampai sekarang.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti diperoleh perbandingan tiga usaha kuliner olahan ikan lele sebagai berikut:

**Tabel 1.6**  
**Perbandingan Tiga Usaha Kuliner Olahan Ikan Lele di Kabupaten Kediri**

No	Uraian	Wisata Edukasi Kampung Lele	UD. Berkah Ibu	Kusuma Bersaudara
1	Tahun Berdiri	2016	2014	2014
2	Produk	a. Olahan Ikan Lele: - Sate Lele - Lele Bakar - Empon-Empon - Lele Terbang - Kentucky Lele - Crispy Lele - Bakso Lele - Sempol Lele - Nugget Lele - Tahu Bakso Lele - Rambak Lele - Stick/Krupuk/Pangsit Lele - Sosis Solo Lele - Otak-Otak Lele - Rolade Lele - Martabak Lele - Samosa Lele - Risoles Lele - Abon Lele b. Makanan Lain: - Kentang Goreng - Pop Mie - Nasi Putih c. Minuman: - Teh (hangat/es) - Jeruk (hangat/es) - Kopi Hitam/Susu - White Coffee (hangat/es) - Capucino (hangat/es) - Wedang Uwuh - Soda Gembira - Mega Mendung - Joshua - Milo (hangat/es)	a. Olahan Ikan Lele: - Crispy Lele - Bakso Lele - Sempol Lele - Nugget Lele - Stick Lele - Krupuk Lele - Rambak Lele - Sosis Solo Lele - Otak-Otak Lele - Rolade Lele - Martabak Lele - Abon Lele - Dendeng Lele - Lumpia Lele	a. Olahan Ikan Lele: - Abon Lele b. Olahan Ikan Patin: - Abon Patin

		d. Wahana: - Kolam Renang e. Paket Edukasi ( <i>Outbound</i> ): - Paket Tangkap Ikan Lele - Paket Halang Rintang Ikan Lele		
3	Harga	a. Olahan Ikan Lele: - Rp. 5.000 – Rp. 23.000. b. Makanan Lain: - Rp. 4.000 – Rp. 8.000. c. Minuman: - Rp. 4.000 – Rp. 8.000. d. Wahana: - Rp. 5.000 e. Paket Edukasi ( <i>Outbound</i> ): - Rp. 200.000	a. Olahan Ikan Lele: - Rp. 10.000 – Rp. 15.000.	a. Olahan Ikan (Lele dan Patin): - Rp. 250.000
4	Lokasi	a. Fasilitas - Kolam Renang - Kolam Budidaya - Mushola - <i>Free Wifi</i> - Full Music - Karaoke - Toilet - Gazebo - Spot Foto - Taman Bermain b. SDM - 21 karyawan c. Tempat Parkir - ±100 kendaraan d. Alamat - Jl. Puspowarno, Cakruk, Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri.	a. SDM - 7 karyawan b. Tempat Parkir - ±15 kendaraan c. Alamat - Jl. Kediri-Tulungagung, Cakruk, Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri.	a. SDM - 5 karyawan b. Tempat Parkir - ±10 kendaraan c. Alamat - Desa Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri.
5	Promosi	a. Instagram b. WhatsApp c. Go-Food d. Banner e. Brosur f. WOM	a. WhatsApp b. WOM	a. WhatsApp b. WOM
6	Pengunjung rata-rata/ Minggu	± 300 orang	± 50 orang	± 30 orang

Sumber: Data Hasil Observasi, 2025

Berdasarkan tabel 1.6, Wisata Edukasi Kampung Lele memiliki keunggulan dibanding usaha kuliner olahan ikan lele lainnya. Mulai dari produk yang ditawarkan lebih banyak terutama pada olahan ikan lele yaitu berjumlah 18 macam. Harga yang diberikan untuk setiap produknya lebih terjangkau yaitu dapat diperoleh mulai dari Rp. 5.000. Untuk lokasinya, Wisata Edukasi Kampung Lele memiliki fasilitas dan sumber daya manusia yang banyak, serta lahan parkir yang luas karena mampu menampung  $\pm 100$  kendaraan. Promosi yang digunakan lebih bervariasi sehingga mudah menarik minat pembeli. Selain itu, jumlah pengunjung juga lebih banyak dengan rata-rata per minggu  $\pm 300$  orang. Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan Wisata Edukasi Kampung Lele telah mampu memenangkan persaingan secara kompetitor.

Pada Wisata Edukasi Kampung Lele produk yang ditawarkan tidak hanya kuliner olahan ikan lele saja, terdapat makanan ringan, aneka minuman, dan paket edukasi (*outbound*). Namun pada usaha kuliner ini yang paling banyak diminati konsumen adalah produk olahan ikan lele karena produk tersebut merupakan *icon* dari Wisata Edukasi Kampung Lele. Banyaknya pesaing bisnis kuliner olahan ikan lele di Kabupaten Kediri membuat Wisata Edukasi Kampung Lele berinovasi dengan menyediakan berbagai macam olahan ikan lele dengan tujuan agar konsumen tidak merasa bosan dengan pilihan menu yang itu-itu saja. Untuk mengetahui olahan ikan lele mana yang banyak diminati konsumen, pada tanggal 16 Juni 2025 peneliti menyebar kuisioner kepada konsumen Wisata Edukasi Kampung Lele sebanyak 40 responden:



**Tabel 1.7**  
**Produk Olahan Ikan Lele yang Paling Banyak Diminati Konsumen di Wisata Edukasi Kampung Lele**

<b>No</b>	<b>Kuliner Olahan Ikan Lele</b>	<b>Jumlah</b>
1	Sate Lele	5
2	Lele Bakar Empon-Empon	3
3	Lele Terbang	6
4	Kentucky Lele	-
5	Crispy Lele	1
6	Bakso Lele	2
7	Sempol Lele	19
8	Nugget Lele	1
9	Tahu Bakso Lele	1
10	Rambak Lele	-
11	Stick/Krupuk/Pangsit Lele	-
12	Sosis Solo Lele	-
13	Otak-otak Lele	-
14	Rolade Lele	-
15	Martabak Lele	-
16	Samosa Lele	-
17	Risoles Lele	1
18	Abon Lele	1
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>

Sumber: Data Hasil Observasi, 16 Juni 2025.

Berdasarkan tabel 1.7, diketahui produk olahan ikan lele yang banyak diminati konsumen di Wisata Edukasi Kampung Lele adalah sempol lele sebanyak 19 responden, lele terbang 6 responden, sate lele 5 responden, lele bakar empon-empon 3 responden, dan bakso lele 2 responden. Sehingga peneliti memilih produk sempol lele sebagai fokus penelitian karena memiliki jumlah peminat terbanyak.

Sempol lele merupakan makanan ringan yang terbuat dari daging ikan lele yang dicampur dengan tepung tapioka dan tepung terigu serta dibumbui dengan bawang putih, bawang merah, garam, gula, dan merica yang dihaluskan. Sempol lele mirip dengan sempol ayam, namun perbedaanya terletak pada daging yang digunakan sebagai bahan utama yaitu ikan lele. Sempol lele sering dijadikan camilan utama bagi kalangan remaja karena

memiliki rasa yang lezat dan gurih, terutama ketika dinikmati dengan tambahan saus sambal ataupun kecap sebagai penambah cita rasa.

Selanjutnya peneliti melakukan observasi terhadap 40 responden terkait alasan konsumen membeli produk sempol lele di Wisata Edukasi Kampung Lele berdasarkan bauran pemasaran 4P produk, harga, lokasi, dan promosi sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Alasan Konsumen Membeli Sempol Lele di Wisata Edukasi Kampung Lele**

No	Faktor	Jumlah
1	Produk	18
2	Harga	14
3	Lokasi	5
4	Promosi	3
<b>Total</b>		<b>40</b>

Sumber: Data Hasil Observasi, 17 Juni 2025.

Berdasarkan tabel 1.8, diketahui alasan konsumen membeli sempol lele karena produk sebanyak 18 responden, karena harga sebanyak 14 responden, karena lokasi 5 responden, dan karena promosi 3 responden. Melalui penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan terbanyak konsumen memilih sempol lele yaitu berdasarkan faktor produk dan harga.

Kotler dan Gary Armstrong mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk menentukan pilihan produk atau jasa mana yang hendak dibeli. Konsumen dalam membuat keputusan pembelian harus memiliki beberapa pilihan alternatif untuk dipertimbangkan. Hal ini bertujuan agar konsumen memiliki berbagai opsi sebelum menentukan pilihan. Sebelum mengambil keputusan

pembelian, konsumen harus memperhatikan beberapa hal yaitu bauran pemasaran 4P (produk, harga, lokasi, dan promosi).<sup>8</sup>

Produk adalah sesuatu yang dijual di pasar untuk digunakan atau dikonsumsi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk mencakup lebih dari sekedar benda yang berwujud, namun dapat berupa layanan, acara, orang, tempat, organisasi, dan gagasan, atau gabungan dari semuanya yang berguna sebagai pemuas kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk berperan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Produk yang diciptakan oleh perusahaan harus memiliki kualitas yang baik agar dapat menarik minat beli konsumen.

Harga merupakan jumlah nilai yang diberikan dalam bentuk uang atau barang guna memperoleh keuntungan, manfaat atau kepemilikan atas barang atau jasa. Harga ditentukan oleh penjual pada waktu tertentu secara bijaksana agar proses ekonomi tetap berjalan lancar. Harga juga salah satu elemen pemasaran yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian. Semakin tinggi harga, semakin rendah minat pembelian. Sebaliknya jika harga rendah, maka meningkatkan minat pembelian terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>9</sup>

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sempol Lele (Studi Pada Wisata Edukasi Kampung Lele Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)”***.

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2018), 156.

<sup>9</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Principles Of Marketing Seventeen Edition* (United Kingdom: Pearson Education Limited, 2018), 77-78.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan judul penelitian diatas, maka rumusan masalah yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?
2. Bagaimana harga sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?
3. Bagaimana keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.
2. Untuk mengetahui harga sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.
6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu pemasaran terkait produk, harga, dan keputusan pembelian konsumen.

##### **2. Kegunaan Secara Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Mampu menjadi tolak ukur untuk peneliti dalam mengimplementasikan teori dan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan mengenai bidang pemasaran produk dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

###### **b. Bagi Akademik**

Menjadikan bahan referensi bagi mahasiswa maupun kalangan akademik yang ingin mengkaji terkait bidang pemasaran dan pengambilan keputusan pembelian.

###### **c. Bagi Pelaku Usaha Wisata Edukasi Kampung Lele**

Mampu memberikan masukan yang bermanfaat bagi pemilik usaha dalam menetapkan produk maupun harga sehingga dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian.

d. Bagi Masyarakat

Mampu memberikan informasi dan pengetahuan untuk masyarakat dalam memahami bagaimana produk maupun harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## E. Telaah Pustaka

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti:

1. Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Coklat (Studi Pada Susu Segar Karmila Kota Kediri)”* ditulis oleh Dini Damayanti, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.<sup>10</sup>

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu nilai  $F_{hitung}$  343,738 dengan Sig. 0,000 berarti ada pengaruh antara produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian Susu Coklat pada Susu Segar Karmila Kota Kediri.

Persamaan kedua penelitian ini terdapat pada variabel Y yaitu menggunakan keputusan pembelian dengan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel X dan objek yang diteliti. Variabel X penelitian sebelumnya adalah produk dan lokasi, sementara penelitian penulis adalah produk dan harga. Objek penelitian sebelumnya pada Susu Segar Karmila Kota Kediri, sedangkan objek penulis pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

<sup>10</sup> Dini Damayanti, *Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Coklat (Studi Pada Susu Segar Karmila Kota Kediri)* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2022).

2. Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Senapan Angin Pada Serdadu Rifle Kecamatan Pare Kabupaten Kediri”* ditulis oleh Eki Putri Prastiwi, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.<sup>11</sup>

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan  $Y = 6,635 + 0,497X_1 + 0,501X_2$  dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 205,020 dan signifikansi 0,000. Berarti ada pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian senapan angin di serdadu Rifle Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada variabel X dan Y yang digunakan yaitu produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana objek penelitian sebelumnya pada Serdadu Rifle Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Objek penelitian penulis di Wisata Edukasi Kampung Lele

3. Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021)”* ditulis oleh Rizqi Naila Adibah, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Eki Putri Prastiwi, *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Senapan Angin Pada Serdadu Rifle Kecamatan Pare Kabupaten Kediri* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2023).

<sup>12</sup> Rizqi Naila Adibah, *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021)* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2024).

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan  $Y = 16,535 + 0,214X_1 + 0,473X_2$  dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $133,911 > F_{tabel} 3,03$  dan signifikansinya  $0,00 < 0,05$ . Sehingga ada pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sunscreen Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021.

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada variabel X dan Y yang digunakan yaitu produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana objek penelitian sebelumnya di Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021. Objek penelitian penulis di Wisata Edukasi Kampung Lele.

4. Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sandwich (Studi Pada Naf’a Bakery Kecamatan Badas Kabupaten Kediri)”* ditulis oleh Alaina Fadlilatul Muna, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.<sup>13</sup>

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan  $Y = 7,220 + 0,396X_1 + 0,684X_2$ , nilai  $F_{hitung}$   $236,656 > F_{tabel} 3,04$  untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya terdapat pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf’a Bakery Kecamatan Badas Kabupaten Kediri

---

<sup>13</sup> Alaina Fadlilatul Muna, *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sandwich (Studi Pada Naf’a Bakery Kecamatan Badas Kabupaten Kediri)* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2024).



Persamaan kedua penelitian ini terletak pada variabel X dan Y yang digunakan yaitu produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana objek penelitian sebelumnya pada Naf'a Bakery Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. Objek penelitian penulis di Wisata Edukasi Kampung Lele.

5. Penelitian yang berjudul "*Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya)*" ditulis oleh Riyanto, Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang.<sup>14</sup>

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 58,688 dengan signifikansi 0,000 dimana angka  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga variabel lokasi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di *Cluster Iskandar Muda*.

Persamaan kedua penelitian ini terdapat pada variabel Y yaitu menggunakan keputusan pembelian dengan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel X dan objek yang diteliti. Variabel X penelitian sebelumnya adalah lokasi dan harga, sementara penelitian penulis adalah produk dan harga. Objek penelitian sebelumnya pada PT. Surya Metal Berjaya, sedangkan objek penulis pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

<sup>14</sup> Riyanto, *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya)* (Skripsi: Universitas Buddhi Dharma Tangerang, 2020).

6. Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Cita Rasa, Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Favorit di Ungaran*” ditulis oleh Jesica Febriana, Mahasiswi Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris).<sup>15</sup>

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  yaitu  $49,690 > F_{tabel} 2,47$  nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Berarti terdapat pengaruh antara variabel cita rasa, promosi, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Martabak Favorit di Ungaran.

Persamaan kedua penelitian diatas terletak pada variabel Y yang digunakan yaitu keputusan pembelian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaanya terdapat pada variabel X dan objek yang diteliti. Variabel X penelitian sebelumnya menggunakan empat variabel X yaitu cita rasa, promosi, harga, dan lokasi, sementara pada penelitian penulis hanya menggunakan dua variabel X yaitu produk dan harga. Sedangkan untuk objek yang diteliti, penelitian sebelumnya pada Martabak Favorit Ungaran, sedangkan objek penulis pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

## **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara dalam penelitian yang harus diuji kebenarannya secara empiris.<sup>16</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1.  $H_{01}$ : Tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

<sup>15</sup> Jesica Febriana, *Pengaruh Cita Rasa, Promosi, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Favorit Di Ungaran* (Skripsi: Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris), 2023).

<sup>16</sup> Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA Press, 2021), 41.

$H_{a1}$ : Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

2.  $H_{02}$ : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

$H_{a2}$ : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.

3.  $H_{03}$ : Tidak terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele

$H_{a3}$ : Terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sempol lele pada Wisata Edukasi Kampung Lele.