

## ABSTRAK

Pemasaran adalah bagaimana cara dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan para konsumen melalui berbagai saluran distribusi tertentu melalui produk yang ditawarkan. Demikian dengan pemasaran selalu berhubungan dengan Pengetahuan produk dan kualitas produk pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian susu kambing etawa di Kabupaten Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu kambing etawa di Kabupaten Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini di dapatkan dari para konsumen susu kambing etawa di Kabupaten Lumajang. Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 45 responden. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang di analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk tidak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pembelian. kemudian variabel kualitas produk mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Is how to meet or satisfy the needs of consumers through certain distribution channels through the products offered by marketing. Likewise, marketing is always related to product knowledge and product quality to create goods and services that can provide satisfaction so that consumers want to buy the products offered. This study aims to determine the effect of product and product quality on purchasing decisions of Etawa goat's milk in Lumajang Regency. Furthermore, to find out which variables have the most influence on purchasing decisions for Etawa goat's milk in Lumajang Regency. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from consumers of Etawa goat's milk in Lumajang Regency. In determining the sample using non-probability sampling, namely purposive sampling with the number of respondents as many as 45 respondents. The data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear analysis techniques. The test results in this study indicate that variations in product knowledge do not have a significant positive impact on purchase satisfaction. then the product quality variable is able to have a significant positive impact on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Knowledge, Product Quality, Purchase Decision*

