

ABSTRAK

Di kota Lumajang penjual daging sapi cukup banyak. Salah satunya adalah Lapak Pak Sotro pasar Klakah Lumajang. Lapak Pak Sotro merupakan salah satu Lapak besar di Pasar Klakah. Pak Sotro juga memiliki kualitas daging sapi yang selalu baru dan harga daging sapi milik Pak Sotro lebih bersaing di bandingkan dengan lapak daging sapi di tempat lain. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap minat beli konsumen daging sapi (studi pada lapak pak sotro pasar klakah lumajang). Metode penelitian yang digunakan Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling*. hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut : 1) kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kosumen daging sapi Lapak Pak Sotro. 2) Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli kosumen daging sapi Lapak Pak Sotro. 3) Lokasi berpengaruh terhadap minat beli kosumen minat beli konsumen daging sapi Lapak Pak Sotro 4) nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah 0,618 atau 61,8% minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kondisi kualitas produk, harga, dan lokasi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi

ABSTRACT

In the city of Lumajang there are quite a lot of beef sellers. One of them is the Pak Sotro Stall in the Klakah Lumajang market. Pak Sotro's stall is one of the large stalls in Pasar Klakah. Pak Sotro also has beef quality that is always fresh and the price of Pak Sotro's beef is more competitive compared to beef stalls in other places. (Study at Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang). The research method used The research method used in this research is quantitative. Data was collected by distributing questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. The number of population in this study is infinite and the sampling technique used is accidental sampling technique. hypothesis is done by using multiple regression analysis technique. After partial testing or t-test, the following results are obtained: 1) product quality affects consumer buying interest in Pak Sotro beef. 2) Price has no effect on consumer buying interest in Pak Sotro beef. 3) Location has an effect on consumer buying interest in beef consumers' purchase intention Pak Sotro's stall 4) the resulting coefficient of determination (R²) is 0.618 or 61.8% buying interest can be explained by independent variables, namely the condition of product quality, price, and location.

Keywords: Product Quality, Price, Location

