

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DIGITAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMBING ETAWA PADA PETERNAKAN DI DESA SENDURO LUMAJANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi digital, dan harga pada keputusan pembelian kambing Etawa peternakan di Desa Senduro Lumajang. Latar belakang penelitian ini didasarkan meningkatnya permintaan terhadap kambing Etawa, khususnya jenis Etawa Senduro yang dikenal unggul dari segi kualitas. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, teknik analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner pada 80 responden yang merupakan konsumen kambing Etawa di lokasi tersebut. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa : 1) Kualitas produk pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. 2) Promosi digital tidak memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sejumlah 0,797 menunjukkan 79,7% dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, bagian lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain eksternal kajian ini seperti kualitas pelayanan, faktor kesehatan, dan faktor psikologis.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi Digital, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of product quality, digital promotion, and price on purchasing decisions for Etawa goats from farms in Senduro Village, Lumajang. The background of this study is based on the importance of the role of the livestock sector in meeting the needs of animal protein in the community and the increasing demand for Etawa goats, especially the Senduro Etawa type which is known to be superior in terms of quality. The method used is a quantitative approach, multiple linear regression analysis techniques. Data collection by distributing questionnaires to 80 respondents who are consumers of Etawa goats at the location. The results of the t-test show that: 1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. 2) Digital promotion does not have a significant effect on purchasing decisions. 3) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.797 indicates that 79.7% of purchasing decisions are influenced by these three variables, the other part is influenced by other factors external to this study such as service quality, health factors, and psychological factors.

Keywords: *Product Quality, Digital Promotion, Price, Purchasing Decision*

