

Efektivitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kambing Qurban Di Kota Kediri

Edy Santosa¹⁾, Ratna Dewi Mulyaningtiyas²⁾, Ahsin Daroini³⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Pascasarjana Universitas Islam Kediri, Kediri,

^{2,3)}Dosen Program Studi Magister Agribisnis, Pascasarjana Universitas Islam Kediri, Kediri, Indonesia

Penulis korespondensi: santosedo1970@gmail.com

Abstrak

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui Efektivitas promosi terhadap keputusan pembelian Kambing Qurban di Kota Kediri. Metode Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan responden secara *purposive* (sengaja) yaitu 81 orang. Lokasi penelitian ini adalah Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelompok Usaha Bersama Ternak Kambing Sumber Rejeki Kota Kediri yang berlokasi di Kelurahan Ngronggo RT.006 RW 002 Kecamatan Kota – Kota Kediri. Penelitian dilakukan selama bulan Januari 2021 sampai Desember 2021. Instrumen pengambilan data menggunakan instrumen kuesioner. Data Analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembeli. Mempertahankan pandangan baik konsumen terhadap perusahaan, anggota Kelompok Ternak Kambing Sumber Rejeki tetap melayani dengan senang hati juga sebagai konsultan memberikan saran mengenai kambing walaupun tidak ada transaksi jual beli.

Kata Kunci: *Efektivitas, Kambing Qurban, Keputusan pembelian, Promosi*

Abstract

Promotion is a type of communication that provides convincing explanations to potential consumers about goods and services. The aim of this research is to determine the effectiveness of promotions on purchasing decisions for sacrificial goats in Kediri City. This research method is quantitative research. Respondents were taken purposively, namely 81 people. The location of this research is the location of this research carried out in the Sumber Rejeki Goat Livestock Joint Business Group, Kediri City, which is located in Ngronggo Village, RT.006 RW 002, Kota District - Kediri City. The research was conducted from January 2021 to December 2021. The data collection instrument used a questionnaire instrument. Data Data analysis uses regression analysis. The results of this research show that promotions are the most dominant in influencing buyer decisions. Maintaining a good view of consumers towards the company, members of the Sumber Rejeki Goat Livestock Group continue to serve happily as consultants providing advice regarding goats even though there are no buying and selling transactions.

Keywords: *Effectiveness, Sacrificial Goat, Purchase decision, Promotion*