

ABSTRAK

“Pengaruh Orientasi Pasar, Kualitas Produk Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Perikanan “Mutiara Fish” Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember”

ACHMAD FAIZ HILMAN FIRMANSYAH

Manajemen

Univeristas Muhammadiyah Jember

2025

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pelaku usaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, kualitas produk dan promosi digital terhadap keputusan pembelian pada usaha perikanan “mutiara fish”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel Non probability sampling dengan teknik Purposive sampling menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa orientasi pasar, kualitas produk dan promosi digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Mutiara Fish, hasil dari uji Koefisien Detreminasi R^2 dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,634 atau 63%.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Kualitas Produk, Promosi Digital, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

“The Influence of Market Orientation, Product Quality and Digital Promotion on Purchasing Decisions in the Pearl Fish Fishery Business in Umbulsari District, Jember Regency”

ACHMAD FAIZ HILMAN FIRMANSYAH

Manangement

Muhammadiyah University of Jember

2025

Competition in the business world is increasingly fierce, making business people look for the right strategy to market their products. Every business actor in every business category is required to be sensitive to every change that occurs and place an orientation towards customer satisfaction as the main goal. This research aims to determine and analyze the influence of market orientation, product quality and digital promotion on purchasing decisions in the "mutiara fish" fishing business. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 100 respondents and uses non-probability sampling techniques with purposive sampling techniques using data collection techniques in the form of questionnaires to respondents. The data analysis technique for this research uses instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression, hypotheses and coefficient of determination. The analysis results obtained show that market orientation, product quality and digital promotion have a partially positive and significant effect on purchasing decisions for Mutiara Fish products, the results of the R² Determination Coefficient test with an influence contribution level of 0.634 or 63%.

Keywords: Market Orientation, Product Quality, Digital Promotion, Purchasing Decisions