

ABSTRAK

Pasar yang semakin kompetitif dan dinamis menempatkan produsen dan pemasar dalam tekanan yang lebih besar untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks ini, pemasaran holistik dan kualitas produk telah muncul sebagai dua variabel yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh internal marketing, integrated marketing, Relationship marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Adeeva Group Kabupaten Jember. Yang berlokasi di Jl. Mr Wahid, Besuk, Wirowongso, Kec. Ajung, Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non probability* dengan teknik Purposive sampling, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik dan regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi R^2 . Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas makanan, harga, live streaming dan media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian produk pada Adeeva Group Kabupaten Jember, hasil pengujian koefisien determinasi R^2 yakni Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,797 atau 80%.

Kata Kunci : Pemasaran Holistik, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Increasingly competitive and dynamic markets are placing manufacturers and marketers under greater pressure to understand the factors that influence consumer purchasing decisions. In this context, holistic marketing and product quality have emerged as two important variables in influencing consumer behavior. This research aims to determine and analyze the influence of internal marketing, integrated marketing, Relationship marketing and product quality on purchasing decisions for the Adeeva Group, Jember Regency. Which is located on Jl. Mr Wahid, Besuk, Wirowongso, Kec. Ajung, Jember Regency. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 110 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 and multiple linear regression, hypothesis testing and the coefficient of determination R². The analysis results obtained show that food quality, price, live streaming and Instagram social media have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on product purchasing decisions at the Adeeva Group, Jember Regency 0.953 or 95%.

Keywords: *Food Quality, Price, Live Streaming, Instagram, Purchase Decision.*

