

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat di pasar telur, sehingga pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi penting. Selain itu, terdapat ketidakjelasan mengenai pengaruh kualitas produk, ketersediaan produk, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian telur pada UD Edy Horn. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen UD Edy Horn. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antar variabel dengan bantuan alat analisis SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, ketersediaan produk, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian telur. Kualitas produk yang meliputi kesegaran dan konsistensi, ketersediaan produk yang mencakup persediaan stabil dan kemudahan akses, serta saluran distribusi yang efisien dan mudah dijangkau secara bersama-sama mendorong keputusan konsumen untuk membeli. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan ketiga aspek tersebut secara optimal dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta memperkuat posisi UD Edy Horn di pasar. Oleh karena itu, manajemen disarankan untuk terus mengoptimalkan kualitas produk, ketersediaan produk, dan saluran distribusi demi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

kata kunci: kualitas produk, ketersediaan produk, saluran distribusi, keputusan pembelian

ABSTRACT

With increasingly fierce competition in the egg market, understanding the factors influencing purchasing decisions is crucial. Furthermore, there is uncertainty regarding the influence of product quality, product availability, and distribution channels on egg purchasing decisions at UD Edy Horn. The purpose of this study is to analyze the influence of these three variables on consumer purchasing decisions. This study used a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to UD Edy Horn consumers. Data were analyzed using multiple linear regression to test the relationship between variables with the help of SPSS 25 analysis tools. The results show that product quality, product availability, and distribution channels have a significant and positive influence on egg purchasing decisions. Product quality, including freshness and consistency, product availability, including stable supplies and easy access, and efficient and accessible distribution channels, collectively drive consumer purchasing decisions. These findings indicate that optimal management of these three aspects can increase customer satisfaction and loyalty and strengthen UD Edy Horn's position in the market. Therefore, management is advised to continue optimizing product quality, product availability, and distribution channels for sustainable business growth.

keywords: product quality, product availability, distribution channels, purchasing decisions

