

ABSTRAK

Ronny 555 Farm Surabaya adalah sebuah usaha yang melayani di bidang peternakan burung. Salah satu jenis burung yang digemari oleh para pecinta burung di Ronny 555 Farm Surabaya adalah Lovebird. Untuk menghadapi banyaknya pesaing peternak burung Lovebird, Ronny 555 Farm Surabaya menyiapkan strategi dengan menyediakan berbagai jenis Lovebird, memberikan kualitas dan pelayanan terbaik, harga bersaing, serta promosi kepada konsumen.

Penelitian ini menggunakan lima variabel (X) yaitu Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Kualitas (X_4) dan Pelayanan (X_5), dengan variabel (Y) yaitu Keputusan Konsumen dalam membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya, dengan populasi yaitu konsumen yang membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya dan diambil sampel sebanyak 50 responden. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisa Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi Berganda (R^2), Uji F (Uji Secara Serentak), Uji t (Uji Secara Parsial), dan Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari Uji Validitas adalah *valid* dan Uji Realibilitas adalah *reliable*. Dari Analisa Regresi Linear Berganda telah didapatkan permodelan yaitu $Y = 0,004 + 0,263 X_1 + 0,277 X_2 + 0,059 X_3 + 0,201 X_4 + 0,192 X_5$. Dari Koefisien Korelasi Berganda (R) didapatkan hasil yaitu 0,800. Dari Koefisien Determinasi Berganda (R^2) didapatkan hasil yaitu 64%. Dari Uji F (uji secara serentak) didapatkan hasil yaitu $F_{hitung} 15,669 > F_{tabel} 2,427$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi, Kualitas dan Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya. Dari hasil Uji t (uji secara parsial) didapatkan hasil yaitu variabel Produk (X_1) dengan t_{hitung} sebesar $2,537 > t_{tabel} 2,015$, Harga (X_2) t_{hitung} sebesar $2,614 > t_{tabel} 2,015$, Promosi (X_3) t_{hitung} sebesar $0,816 < t_{tabel} 2,015$, Kualitas (X_4) t_{hitung} sebesar $2,474 > t_{tabel} 2,015$, dan Pelayanan (X_5) t_{hitung} sebesar $2,062 > t_{tabel} 2,015$. Dari kelima hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Produk, Harga, Kualitas dan Pelayanan berpengaruh parsial terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya, sedangkan variabel Promosi tidak berpengaruh parsial terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli Lovebird di Ronny 555 Farm Surabaya adalah Harga dengan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) terbesar yaitu 13,4%.

Kata Kunci : *lovebird, produk, harga, promosi, kualitas, pelayanan, keputusan konsumen*