

## ABSTRAK

**HERNI**, Faktor-Faktor Pemasaran Yang Mempengaruhi Perilaku Peternak Unggas Dalam Memakai Vitamin Stress Block dan Nutri Lack PT. Agro Makmur Sentosa cabang Palembang ( dibawah bimbingan Ibu Esty Naruliza, SE, MP dan Ibu Anastasia Sri Mendari, SE, MM ).

Penelitian ini dilakukan di PT. Agro Makmur Sentosa cabang Palembang yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang obat-obatan hewan unggas, guna untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian para peternak untuk memakai produk Vitamin Stress Block dan Nutri Lack.

Penelitian ini menggunakan cara dengan menyebarkan kuesioner ( daftar pertanyaan ) kepada para peternak unggas untuk memperoleh kesimpulan dari hasil kegiatan yang dilakukan para technical service perusahaan terhadap para peternak unggas.

Dari hasil uji regresi linier berganda, faktor harga merupakan salah satu faktor-faktor pemasaran yang mempengaruhi para perilaku konsumen peternak rutin ataupun peternak yang tidak rutin di dalam pengambilan keputusan pembelian produk Vitamin Stress Block dan Nutrilack untuk unggas ayam. Dikatakan mempengaruhi bila hasil koefisien regresi variabel bebasnya terhadap keputusan pembeliannya bertanda negatif dan juga bila nilai  $t$  hitungnya pada urutan paling tinggi.

Dari hasil uji parsial, faktor-faktor pemasaran yang paling berpengaruh untuk peternak yang rutin dalam pengambilan produk Vitamin Stress Block dan Nutrilack yaitu hanya faktor harga dan promosi, sedangkan faktor produk, distribusi dan fasilitas dianggap tidak mampu. Faktor -faktor pemasaran yang paling berpengaruh untuk peternak yang tidak rutin dalam pengambilan produk Vitamin Stress Block dan Nutrilack yaitu faktor harga, promosi, produk, dan fasilitas, namun untuk faktor distribusi tidak mampu.

Berdasarkan hasil uji Regresi linier berganda dan uji Parsial, maka upaya PT. Agro Makmur Sentosa dalam rangka meningkatkan penjualan produknya dengan cara memberikan pelayanan atau service seperti membantu para peternak dalam menangani penyakit unggas, memberikan bonus, potongan harga atau souvenir, serta melayani secara langsung bila ada masalah pada unggas ternak yang dihadapi oleh para peternak.

Para technical service perusahaan juga harus bisa mengkomunikasikan produk tersebut mulai dari komposisi / kandungan zat vitamin, dosis pemberian obat, cara pemberian, dll. Juga harus memiliki pengetahuan akan letak kandang, gejala penyakit, kualitas dan manfaat obat tersebut, mengetahui perkembangan unggas ayam, dll.