PENGARUH TAMPILAN, DESKRIPSI, DAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI KAMBING DAN DOMBA SECARA *ONLINE* PADA GRUP *FACEBOOK* PUSAT KAMBING DOMBA JOGJA (PUSKADO)

ADIB MASRUHAN

NIM. 141190215

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

masruhanabas@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tampilan, deskripsi, dan harga produk terhadap minat beli kambing dan domba secara online pada grup Facebook pusat kambing domba jogja (PUSKADO). Perkembangan teknologi informasi telah merambah sampai keranah jual beli kambing dan domba, yang pada awalnya menggunakan sistem tradisional (jual beli secara langsung) dalam beberapa tahun terakhir mulai bergeser menggunakan sistem *modern* (jual beli secara *online*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* berupa *simple random sampling*. Responden pada penelitian ini adalah anggota anggota grup Facebook Pusat Kambing Domba Jogja (PUSKADO) sebanyak 100 responden. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis berupa IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tampilan, deskripsi, dan harga produk berpengarih signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli. Tampilan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Deskripsi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Tampilan, deskripsi, harga, dan minat beli