# RINGKASAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, yang artinya adalah suatu negara bergantung pada sektor pertanian. Sub sektor peternakan merupakan salah satu sub sektor pertanian yg turut berkontribusi dalam perekonomian Indonesia. Komoditas sub sektor perternakan yang cukup populer yakni kambing Jawarandu. Menurut data BPS Kabupaten Brebes, terdapat sebanyak 176.762 ekor kambing Jawarandu di Kabupaten Brebes pada tahun 2020. Teori perilaku konsumen atau consumer behavior  adalah studi tentang seseorang dengan bagaimana memilih dan menggunakan produk dengan menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sebagai indikatornya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu Kabupaten Brebes baik secara simultan maupun parsial.

Metode dasar penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi statistik SPSS v24. Pengambilan daerah penelitian dilakukan secara sengaja karena Pasar Wage Bumiayu satu – satunya pasar hewan terbesar di Kabupaten Brebes. Pengambilan sampel dilakukan pada bulan Juli 2023. Sampel pada penelitian ini 32 orang konsumen kambing Jawarandu. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi variabel independen (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) dan dependen (keputusan pembelian).

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu dikarenakan manusia (konsumen) di Pasar Wage Bumiayu sebagai mahkluk sosial yang kompleks dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam lingkungan dan kepribadian mereka sehingga dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian kambing Jawarandu. Hasil uji parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu. Faktor budaya mempengaruhi keputusan pembelian kambing Jawarandu karena masyarakat Kabupaten Brebes memiliki budaya berternak kambing, lingkungan geografis yang mendukung peternakan, dan kelas sosial yang sama. Interaksi sosial juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena keluarga, kerabat, dan kelompok sosial lainnya memberikan pengaruh kepada orang lain untuk merekomendasikan kambing Jawarandu karena mempunyai nilai bisnis yang menguntungkan. Faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena proses pengambilan keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis individu seperti persepsi, motivasi, sikap, dan kepribadian sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Akan tetapi, faktor pribadi yang mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dari aspek – aspek tersebut dinilai tidak berpengaruh dengan kemampuan seseorang untuk membeli atau memelihara kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

**Kata kunci:** Kambing Jawarandu, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

# *SUMMARY*

*Indonesia is known as an agrarian country, which means that a country depends on the agricultural sector. The livestock sub-sector is one of the agricultural sub-sectors that contributes to the Indonesian economy. A popular commodity in the livestock sub-sector is the Jawarandu goats. According to data from BPS Brebes Regency, there were 176.762 Jawarandu goats in Brebes Regency in 2020. Consumer behavior is the study of a person by how to choose and use products by analyzing cultural, social, personal, and psychological factors as indicators. The purpose of this study was to determine the influence of cultural, social, personal, and psychological factors on the decision to purchase Jawarandu goats at Pasar Wage Bumiayu, Brebes Regency both simultaneously and partially.*

*The basic research method used a quantitative approach using descriptive analysis techniques, instrument tests, classical assumption tests, hypothesis testing and multiple linear regression analysis with the help of SPSS v24 statistical applications. The research area was deliberately taken because Pasar Wage Bumiayu was the only largest animal market in Brebes Regency. Sampling was conducted in July 2023. The sample in this study was 32 consumers of Jawarandu goat This sampling technique used on probability sampling with accidental sampling method. The variables in this study were divided into independent variables (cultural, social, personal, and psychological factors) and dependent variable (purchasing decisions).*

*The results of this study showed that cultural, social, personal, and psychological factors simultaneously a significant effect on the decision to purchase Jawarandu goats in Pasar Wage Bumiayu because humans (consumers) in Pasar Wage Bumiayu as complex social creatures were influenced by various aspects of their environment and personality so that they could influence the decision to purchase Jawarandu goats. The results of partial tests in this study showed that cultural, social, and psychological factors had significant effects on purchasing decisions for Jawarandu goats at Pasar Wage Bumiayu were. The cultural factors influenced preferences and views on purchasing decisions for Jawarandu goats because the people of Brebes district had a culture of raising goats, a geographical environtment that supported animal husbandry, and a common social class. Social interaction could also influence consumer purchasing decisions because family, relatives, and other social groups influenced others to recommend Jawarandu goats because they had profitable business value. Psychological factors affected purchasing decisions because the purchasing decision-making process was also influenced by individual psychological factors such as perception, motivation, attitude, and personality so that they could influence purchasing decisions. However, personal factors that included age, gender, occupation, and income did not have a significant effect on purchasing decisions because these aspects were considered not in accordance with a person's ability to buy or keep Jawarandu goats in Pasar Wage Bumiayu.*

***Keywords:*** *Jawarandu Goats, Consumen Behavior, Purchase Decision*