

**FAKROR-FAKTOR TERKAIT PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP PRODUK OLAHAN AYAM ORGANIK
(Studi Kasus: Restoran Cepat Saji O'Chicken di Kota Padang)**

SKRIPSI

Oleh:

RUDI IRAWAN

1610611076

DOSEN PEMBIMBING:

- 1. Ir AMRIZAL ANAS, MP**
- 2. Dr.Ir FUAD MADARISA, M.Sc**



FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS PADANG,

2022

FAKROR-FAKTOR

TERKAIT

PERSEPSI

KONSUMEN TERHADAP PRODUK OLAHAN AYAM ORGANIK

(Studi Kasus: Restoran Cepat Saji O'Chicken di Kota Padang)

Rudi Irawan, di bawah bimbingan

Ir. Amrizal Anas, MP dan Dr. Ir. Fuad Madarisa, M.Sc

Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan

Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen di restoran cepat saji O'Chicken dan untuk mengetahui faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk olahan ayam organik di restoran cepat saji O'Chicken. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (case study) dan pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi langsung ke lapangan menggunakan angket atau kuisioner, wawancara, serta literatur-literatur yang ada hubungannya dengan topik yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang melakukan pembelian di restoran O'Chicken yang berjumlah 60 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan untuk mengukur faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk O'Chicken, maka digunakan skala Likert. Hasil dari penelitian di restoran cepat saji O'Chicken Jati yaitu bahwa Persentase tertinggi dari masing-masing variabel karakteristik konsumen O'Chicken diperoleh, 41,7% berusia 17-25 tahun, 53,3% berjenis kelamin perempuan dan 45,0% menamatkan pendidikan Sarjana. Dari segi pekerjaan, 38,3% masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, status perkawinan adalah dengan status belum kawin sebanyak 63,3%, Jumlah anggota keluarga 4 sampai 5 orang sebanyak 51,7%. dan 36,0% berpendapatan < 1.500.000 Rupiah perbulan. Selain itu faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk olahan ayam organik O'Chicken dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen didapatkan hasil bahwa pada faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologis dikategorikan Baik, sedangkan pada faktor sosial dikategorikan Cukup baik.

Kata kunci : Persepsi, Karakteristik, Ayam Organik, O'Chicken.

