

KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK OLAHAHAN *FRIED CHICKEN* “d’BestO” DI KOTA PADANG

Alhamid, dibawah bimbingan
Dr. Ir. Jafrinur. MSP. dan Rahmi Wati, S.Pt, MSi
Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas, Padang 2016

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) karakteristik konsumen, 2) untuk mengetahui keputusan pembelian, 3) untuk mengetahui sikap konsumen dalam melakukan pembelian terhadap konsumen *fried chicken* d’BestO di Kota Padang. Penelitian dilaksanakan di 6 cabang d’BestO di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dan kuisisioner penelitian. Analisis data menggunakan rumus *Fishben*. Hasil yang diperoleh Karakteristik konsumen sebagian besar berumur kisaran 17-25 tahun yang masih tergolong remaja yaitu 86,7%, dan kebanyakan dari mereka berjenis kelamin perempuan sebanyak 61,7% sedangkan yang laki-laki 38,3%, konsumen d’BestO kebanyakan sudah menamatkan pendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 53,4%, yang sudah menamatkan pendidikan sarjana 26,6%. Dari segi pekerjaan ditemui yang masih kuliah atau mahasiswa sebanyak 65% yang berpendapatan Rp<1.000.000 sebanyak 63,3%. Keputusan pembelian motivasi konsumen berkunjung dalam keadaan lapar 71,7%, manfaat setelah berkunjung yaitu menghilangkan rasa lapar 70%, pengetahuan tentang keberadaan d’BestO yaitu dari papan nama dan dari teman/kenalan 48,3%, hal yang menjadi fokus perhatian yaitu rasa 58,3%, pertimbangan untuk membeli d’BestO yaitu praktis dan cepat saji, dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu direncanakan 51% dengan waktu berkunjung siang hari pada saat jam makan siang 61,7%, konsumen merasa puas terhadap produk d’BestO 51,7%, perilaku konsumen jika harga naik tetap membeli sebanyak 71,1% dan minat konsumen untuk datang kembali 100%. Sikap konsumen dalam keputusan pembelian lebih memperhatikan rasa dengan nilai yaitu 18,53 total keseluruhan atribut d’BestO adalah 262,05. Jadi penilaian konsumen terhadap d’BestO adalah cukup baik (CB) yaitu 211-307

Kata kunci: Karakteristik Konsumen, d’BestO, Keputusan Pembelian