

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING SAPI
DI KOTA SOLOK**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING SAPI
DI KOTA SOLOK**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2023**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING SAPI DI KOTA SOLOK

Windi Alisa Rizki, dibawah bimbingan
Prof. Dr. Ir. James Hellyward, M.S., IPU., ASEAN Eng dan Dr. Fitriprawati,
S.Pt., M.Si

Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas
Padang, 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik konsumen, karakteristik pembelian, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian daging sapi di Kota Solok. Penelitian ini telah dilaksanakan di Pasar Raya Kota Solok pada tanggal 16 Maret – 2 April 2023. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan jumlah sampel 93 responden. Teknik yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif dan *Structural Equation Modelling–Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden pada umumnya usia 36 sampai 50 tahun (36,6%), pendidikan perguruan tinggi (43%), pekerjaan ibu rumah tangga (28%), dan pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000 (66,7%). Karakteristik pembelian pada umumnya jumlah pembelian <1 kg (78,5%), daging (65,6%), frekuensi pembelian tidak tentu perminggu (54,8%), dan tujuan didendeng (41,9%). Perilaku konsumen dalam membeli daging di Kota Solok dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan psikologis. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{\text{statistik}}$ faktor sosial sebesar 2,038 dengan p_{value} 0,042, untuk faktor budaya $t_{\text{statistik}}$ sebesar 3,326 dengan p_{value} sebesar 0,001, dan faktor psikologis $t_{\text{statistik}}$ sebesar 2,001 dengan p_{value} sebesar 0,045. Sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen karena memiliki nilai $t_{\text{statistik}}$ <1,96 dan p_{value} > 0,05.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Karakteristik, Konsumen, Daging Sapi, SEM-PLS