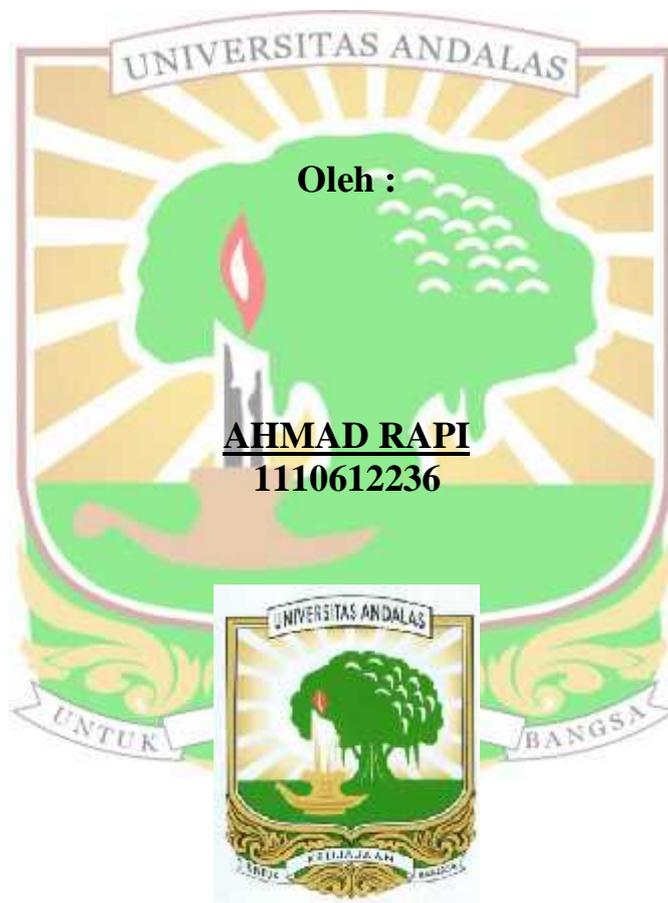


**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP PRODUK DI RESTORAN  
O'CHICKEN KOTA PADANG**

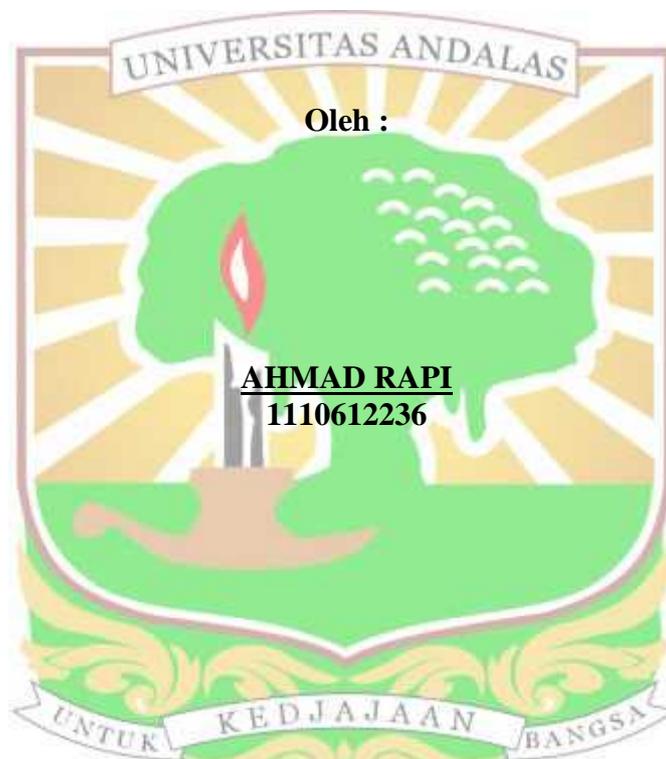
**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2017**

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP PRODUK DI RESTORAN O'CHICKEN KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Peternakan**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2017**

# ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK DI RESTORAN O'CHICKEN KOTA PADANG

Ahmad Rapi, dibawah bimbingan  
Dr. Ir. H. Jafrinur, MSP dan Elfi Rahmi, S.Pt, MP  
Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas, Padang 2017

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) karakteristik konsumen O'Chicken, 2) proses keputusan pembelian konsumen O'Chicken 3) sikap konsumen terhadap O'Chicken. Penelitian dilaksanakan di enam cabang O'Chicken di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dan kuisisioner penelitian. Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh karakteristik konsumen O'Chicken, 61,7% berusia 17-25 tahun, 53,3% berjenis kelamin perempuan dan 55,0% sudah menamatkan pendidikan SMA/Sederajat. Dari segi pekerjaan, 43,4% konsumen masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dan 55,0% berpendapatan < 1.500.000 rupiah perbulan. Proses keputusan pembelian konsumen O'Chicken diuraikan per tahap, pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi dan manfaat konsumen dalam berkunjung untuk melepas rasa lapar dan dahaga, masing-masing 61,7% dan 65,0%. Pada tahap pencarian informasi, 46,7% konsumen mengetahui keberadaan O'Chicken dari teman dan 33,3% konsumen memfokuskan perhatian terhadap promosi pada produk organik dan sehat. Pada tahap evaluasi alternatif, 51,7% konsumen mempertimbangkan rasa saat pertimbangan awal dalam membeli produk dan 35,0% konsumen memilih produk organik dan sehat sebagai indikator dalam menilai kualitas O'Chicken. Pada tahap keputusan pembelian, 56,7% konsumen berkunjung di hari libur dan 68,3% konsumen memutuskan pembelian tergantung situasi. Pada tahap evaluasi hasil pembelian, 86,7% konsumen merasa puas terhadap produk O'Chicken dan 98,3% konsumen berminat untuk berkunjung kembali. Sikap konsumen O'Chicken berdasarkan hasil analisis Fishbein adalah positif dengan skor 31,34 yang berada pada kategori baik.

**Kata kunci:** *Karakteristik Konsumen, O'Chicken, Keputusan Pembelian*