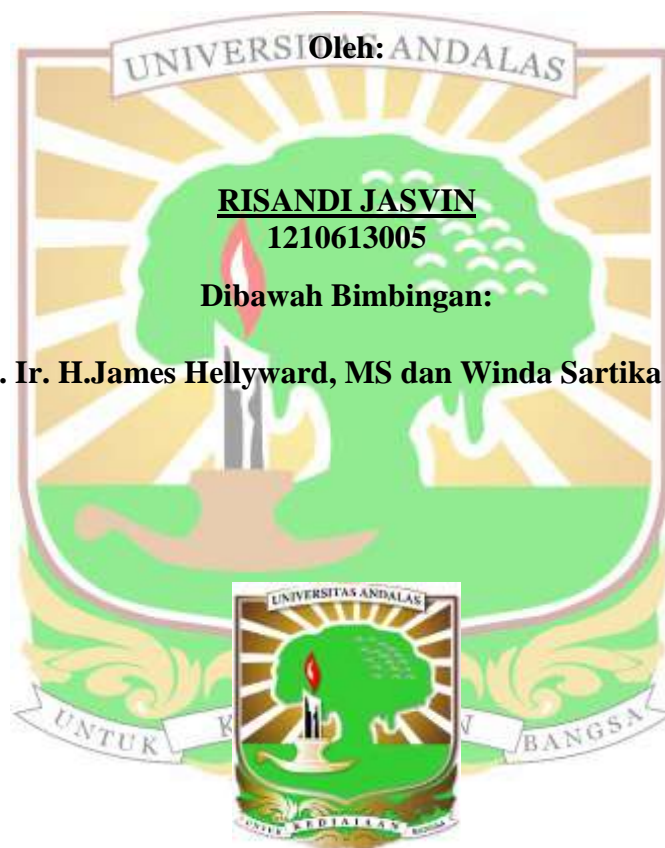


**PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
TELUR AYAM BURAS DI PASAR LUBUK BUAYA
KOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh:

RISANDI JASVIN

1210613005

Dibawah Bimbingan:

Prof. Dr. Ir. H.James Hellyward, MS dan Winda Sartika S.Pt, M.Si

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2017**

**PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
TELUR AYAM BURAS DI PASAR LUBUK BUAYA
KOTA PADANG**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2017**

Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Telur Ayam Buras Di Pasar Lubuk Buaya Kota Padang

Risandi Jasvin, dibawah bimbingan

Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS dan Winda Sartika S.Pt, M.Si
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2017

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui 1) karakteristik konsumen telur ayam buras 2) karakteristik pembelian telur ayam buras 3) pengaruh karakteristik konsumen terhadap jumlah pembelian telur ayam buras di Pasar Lubuk Buaya, Kota Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Lubuk Buaya Kota Padang pada bulan Januari – Februari 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden yang membeli telur ayam buras untuk konsumsi rumah tangga di Pasar Lubuk Buaya Kota Padang. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik konsumen telur ayam buras di Pasar Lubuk Buaya Kota Padang, Jumlah anggota rumah tangga 3-4 orang yaitu 66%, umur yang paling banyak berada antara umur 41-50 tahun (46%), pendapatan > Rp 3.500.000 (44%), pendidikan terakhir perguruan tinggi (58%), pekerjaan paling banyak adalah ibu rumah tangga (54%). Karakteristik pembelian telur ayam buras di Pasar Lubuk Buaya Kota Padang, frekuensi pembelian 1-2 kali per bulan merupakan yang terbanyak yaitu (60%). sedangkan jumlah pembelian telur ayam buras paling banyak yaitu 6-10 butir (56%). Variabel umur, pendidikan, dan pekerjaan tidak berpengaruh terhadap pembelian telur ayam buras. Sedangkan variabel pendapatan dan jumlah anggota keluarga memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian telur ayam buras.

Kata Kunci : *Karakteristik Konsumen, Karakteristik Pembelian, Telur Ayam Buras*