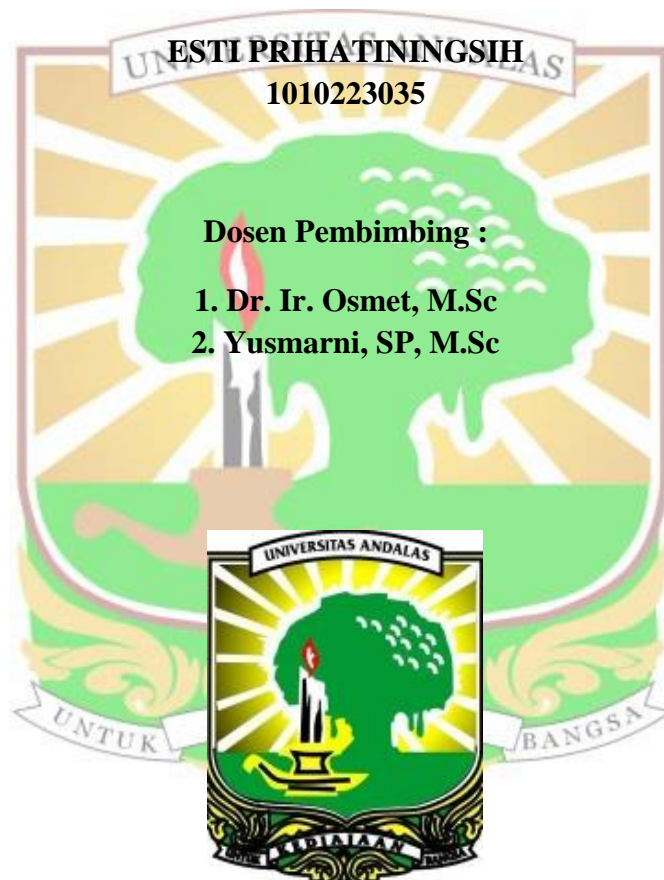


**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MINYAK GORENG
ARROW PT PERINDUSTRIAN DAN PERNIAGAAN
LEMBAH KRYA DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh:



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2017

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MINYAK GORENG ARROW PT PERINDUSTRIAN DAN PERNIAGAAN LEMBAH KRYA DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen berupa persepsi dan loyalitas konsumen terhadap pembelian minyak kelapa PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya di Kota Padang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan November 2016 sampai Januari 2017. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel secara *accidental sampling* dengan jumlah sampel 30 orang konsumen minyak goreng Arrow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik konsumen minyak goreng Arrow yang dominan adalah perempuan dalam rentang usia 41-50 tahun yang bekerja sebagai PNS. Konsumen yang membeli minyak goreng Arrow sebanyak 1 kemasan dalam sebulan berdasarkan keinginan sendiri dalam mengambil keputusan pembelian. 2) Atribut minyak goreng Arrow yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah harga dan kemudahan mendapatkan produk. Konsumen yang setia membeli (*committed buyer*) lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang berpindah merek (*switcher*) karena konsumen sudah merasa puas terhadap daya tahan dan kandungan gizi produk. Berdasarkan hal tersebut, disarankan kepada pihak perusahaan agar dapat memperbaiki kinerja atribut harga dan kemudahan mendapatkan produk. Diharapkan kepada perusahaan untuk memperbaiki harga minyak goreng menjadi lebih terjangkau dan diharapkan perusahaan memperluas pasar sehingga konsumen minyak goreng Arrow lebih mudah mendapatkan minyak goreng Arrow.

Kata kunci: perilaku konsumen, minyak kelapa, persepsi, loyalitas



CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS OF ARROW'S COCONUT OIL OF PT. PERINDUSTRIAN DAN PERNIAGAAN LEMBAH KRYA IN PADANG CITY

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer behavior and consumer perceptions of the purchase of coconut oil from PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Krya in Padang City. The study was conducted from November 2016 to January 2017. This research was conducted by using descriptive quantitative method. Sampling was accidental sampling technique 30 samples of consumers of arrow cooking oil. The results showed: 1) The dominant consumer characteristic of Arrow oil is women in the age between 41-50 years old who work as civil servants. The consumer buy a pack of cooking oil based on their and their own decision, 2) The attributes of Arrow cooking oil of which need to be improved its performance is price and product accessibility. The loyal consumers is larger than consumers who switch brands because consumers are already satisfied with the durability and nutritional content of the product. Based on this, it is suggested to the company to fix the price of cooking oil and make the product becomes more affordable and expand the market to reach more consumers.

Keywords: Consumer behavior, coconut oil, perception, loyalty

