

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP DADIH  
DI PASAR TRADISIONAL SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2018**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP DADIH  
DI PASAR TRADISIONAL SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**



**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2018**

# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP DADIH DI PASAR TRADISIONAL SUMATERA BARAT

Mona Shinta Ovelia, dibawah bimbingan  
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS dan Elfi Rahmi S.Pt. MP  
Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas, Padang 2018

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Karakteristik konsumen dan karakteristik pembelian dadih di pasar tradisional Sumatera Barat 2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi dadih di pasar tradisional Sumatera Barat 3) Preferensi konsumen terhadap dadih di pasar tradisional Sumatera Barat. Penelitian dilakukan di pasar tradisional Sumatera Barat yaitu di pasar tradisional Kota Padang, Kabupaten Solok, Kabupaten Sijunjung, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, Kota Payakumbuh dan Kota Batusangkar pada tanggal 26 Februari sampai 12 April 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis konjoin. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh karakteristik konsumen dadih, 65% berjenis kelamin laki-laki, 71% berusia 46-65 dan 57% menamatkan pendidikan SMA sederajat. Dari segi pekerjaan 67% memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan berpendapatan 1.500.00-2.500.000 rupiah perbulan sebanyak 40%. Karakteristik pembelian dadih diperoleh 58% frekuensi pembelian dadih sebanyak 1 minggu sekali dan 71% jumlah pembelian dadih sebanyak 1 tabung. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dadih adalah faktor psikologi dengan nilai 51,24%. Produk dadih yang disukai oleh responden menurut nilai utilitas dari setiap level pada atribut adalah: warna putih bersih (0,360), rasa kurang asam (0,154), aroma normal/idealnya aroma susu (0,290), tekstur kental (0,225), harga dadih sedang (0,444), kemasan ukuran pendek (0,323) dan kasiat dadih sebagai gizi (0,471). Atribut yang paling penting menurut responden dalam memilih suatu produk dadih adalah atribut khasiat dengan nilai *relative importance* sebesar 22,66%. Preferensi ini berdasarkan hasil analisis konjoin.

**Kata Kunci:** *Dadiah, Perilaku Konsumen, Analisis Konjoin*