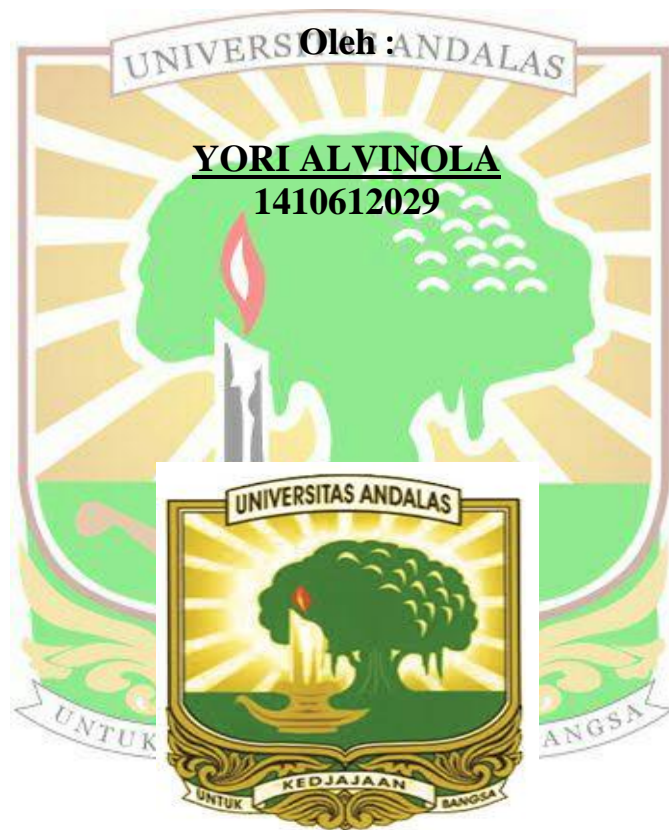


**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP AMPING DADIH  
DI BUFET-BUFET SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2018**

# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP AMPING DADIH DI BUFET – BUFET SUMATERA BARAT

Yori Alvinola, dibawah bimbingan  
Prof. Dr. Ir. James Hellyward, MS dan Elfi Rahmi S.Pt, MP  
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan (PNBP)  
Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas Padang, 2018

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen amping dadih, karakteristik pembelian amping dadih, faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen amping dadih dan faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen amping dadih. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penelitian dilakukan di bufet–bufet pada lima kota Sumatera Barat. Masing-masing bufet terletak di daerah produksi dadih murni kecuali kota Padang Panjang. Bufet–bufet yang tersebar pada lima kota Sumatera Barat itu meliputi Bufet Sianok Kota Payakumbuh, Bufet Baru Kota Batusangkar, Bufet Soto Hj.Muhnin, RM Simpang Raya Kota Bukittinggi, Bufet Syukur, Restoran Gumarang, Bufet Saiyo Kota Padang Panjang, dan Bufet Ririn Kota Sijunjung. Pengambilan data lapangan dilakukan dari tanggal 26 Februari – 12 April 2018. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis Faktor (*Principal Components Analysis*). Dari hasil penelitian diperoleh bahwa konsumen yang membeli amping dadih adalah orang – orang yang mengkonsumsi amping dadih karena kebutuhan dari diri sendiri dan kebiasaan mengkonsumsi amping dadih secara turun temurun. Karakteristik konsumen amping dadih diperoleh 57% berjenis kelamin laki-laki, 70% berusia 46-65 dan 53% menamatkan pendidikan SMA sederajat. Dari segi pekerjaan 49% memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan berpendapatan >3.500.000 rupiah perbulan sebanyak 39%. Karakteristik pembelian dari amping dadih diperoleh 45% frekuensi pembelian amping dadih sebanyak 1 minggu sekali dan 71% jumlah pembelian amping dadih sebanyak 1 porsi. Dengan faktor psikologi menjadi faktor yang lebih mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian amping dadih, serta Faktor yang terbentuk dari seluruh atribut yang dianalisis, yaitu sebanyak dua faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen amping dadih. Faktor-faktor tersebut adalah faktor fitur produk, faktor keamanan dan ketersediaan produk. Preferensi ini berdasarkan hasil analisis faktor.

**Kata Kunci :** *Perilaku Konsumen, Preferensi Konsumen, Amping Dadih, Analisis Faktor*