

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK RENDANG TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
ONLINE DI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

Oleh:

ERMILA SAFITRI
1910621028

Elfi Rahmi, S.Pt., MP
Ir. Boyon, MP



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2024**

PENGARUH ATRIBUT PRODUK RENDANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN ONLINE DI SUMATERA BARAT

Ermila Safitri, dibawah bimbingan
Elfi Rahmi, S.Pt, MP dan Ir. Boyon, MP
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh, 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk rendang terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen online di Sumatera Barat dengan metode survei. Penelitian ini dilakukan di Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang Gaduh, Rendang UniKayo dan Rendang Asese yang dilakukan pada tanggal 21 September – 17 November 2023 dengan jumlah responden sebanyak 110 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan analisis data deskriptif kuantitatif dan analisa *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang nyata/signifikan dengan *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$. 2). Pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan nilai *P-value* sebesar $0,105 > 0,05$. 3). Pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang nyata/signifikan dengan nilai *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen dengan mediasi keputusan pembelian memiliki pengaruh yang nyata/signifikan dengan nilai *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Kesimpulan, atribut produk rendang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Atribut produk rendang memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Atribut produk memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: Atribut Produk, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Rendang, Sumatera Barat.

