

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM
D'BESTO DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh :



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2025**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM
D'BESTO DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh :



**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pternakan**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2025**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM
D'BESTO DI KOTA PADANG**

Lusi Azzahra, dibawah bimbingan
Dr. Nurhayati, S.Pt, MM dan **Dr. Rahmi Wati, S.Pt, M.Si**
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan, Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian ayam D'Besto di Kota Padang. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 9 November – 30 November 2024 dengan responden sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh *R-Square* sebesar 0,49 dan 0,51. Artinya bahwa variabel kesadaran merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 49% dan kepercayaan sebesar 51%. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, akan tetapi kesadaran merek tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara langsung dengan hasil *p – Values* 0,418 besar dari 0,50, kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, *SEM-PLS*.

