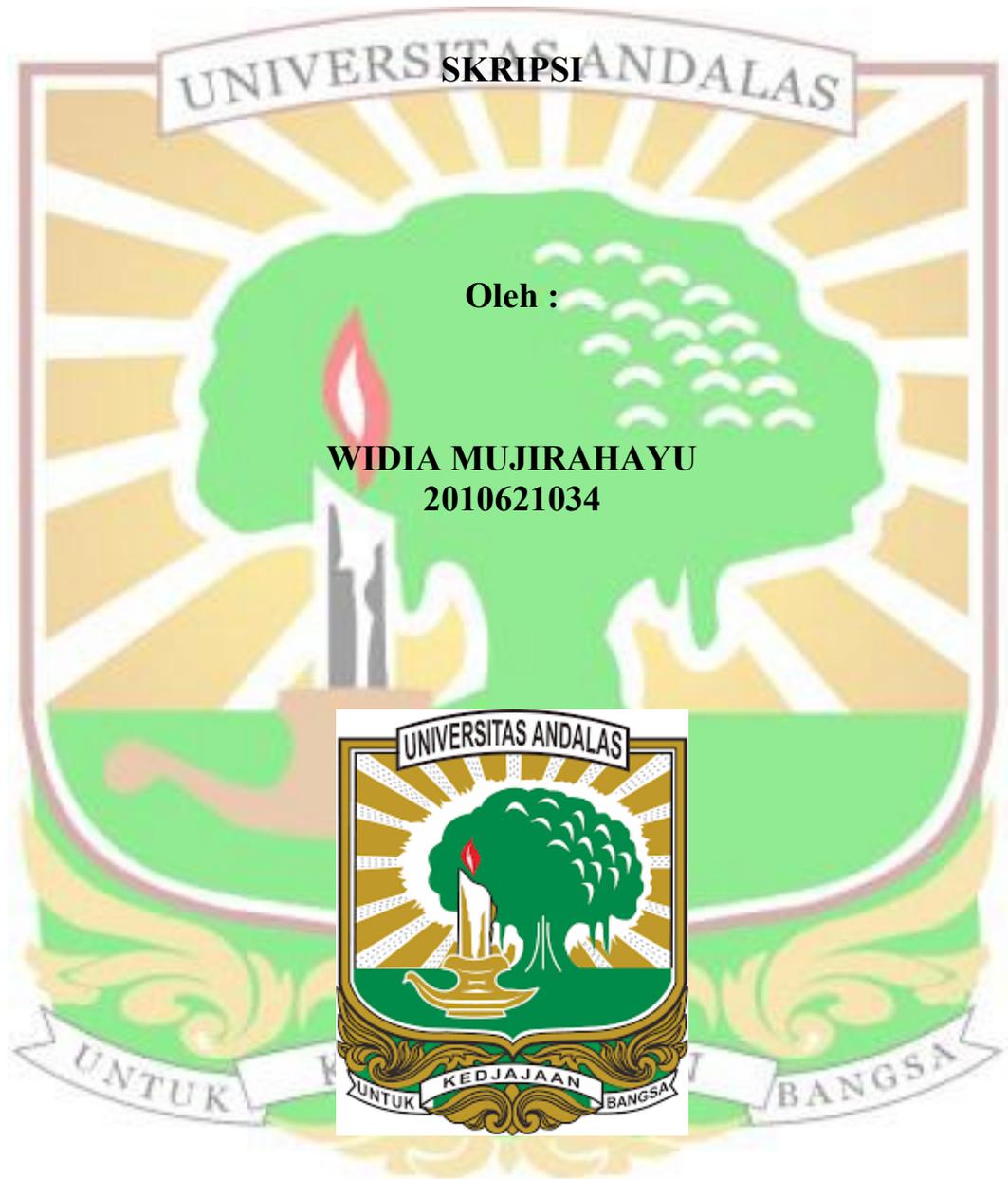


**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN TELUR
AYAM RAS DALAM KEMASAN YANG DIHASILKAN OLEH
PT. AGUNG ABADI PUTRA MANDIRI (AAPM) DI KOTA
PAYAKUMBUH**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2025**

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN TELUR
AYAM RAS DALAM KEMASAN YANG DIHASILKAN OLEH
PT. AGUNG ABADI PUTRA MANDIRI (AAPM) DI KOTA
PAYAKUMBUH**



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

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2025**

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN TELUR AYAM RAS
DALAM KEMASAN YANG DIHASILKAN OLEH PT. AGUNG ABADI
PUTRA MANDIRI (AAPM) DI KOTA PAYAKUMBUH**

Widia Mujirahayu di bawah bimbingan:

Elfi Rahmi, S.Pt., MP dan **Dr. M. Ikhsan Rias, SE., M.Si**

Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan, Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Payakumbuh, 2025

UNIVERSITAS ANDALAS
ABSTRAK

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen dalam pembelian telur ayam ras dalam kemasan di Kota Payakumbuh. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober – 30 November 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan jumlah sampel 114 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan Teknik *Purposive sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif menggunakan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS versi 3.2.9. Hasil Penelitian berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh R-Square sebesar 0,646. Artinya bahwa variabel dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis 64,6% mempengaruhi Keputusan pembelian telur dalam kemasan. Pada faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian telur dalam kemasan di Kota Payakumbuh, sedangkan faktor pribadi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian telur dalam kemasan di Kota Payakumbuh.

Kata kunci: Faktor Perilaku Konsumen, Keputusan pembelian, SEM-PLS

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA