

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
BROILER DI FOODMART BASKO GRANDMALL KOTA PADANG**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
BROILER DI FOODMART BASKO GRANDMALL KOTA PADANG**

SKRIPSI

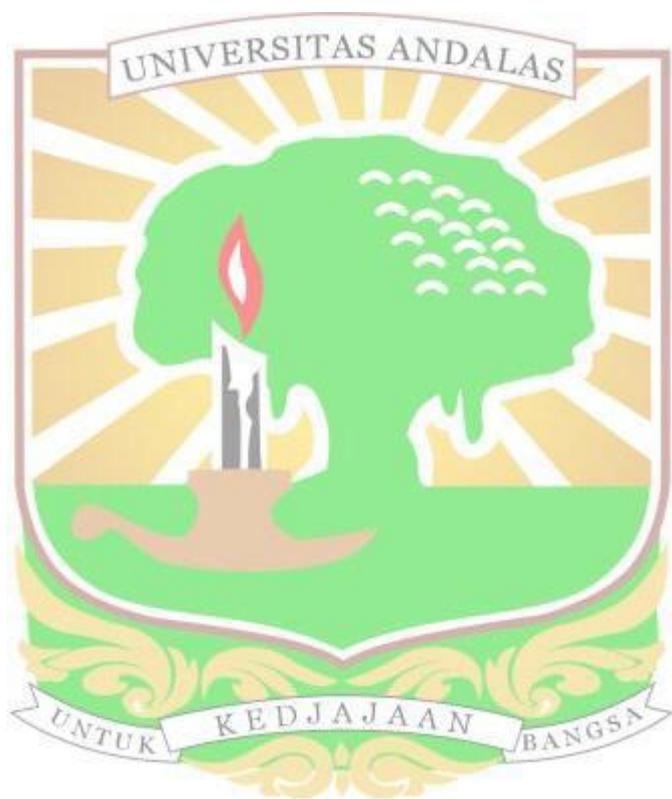
Oleh :



INTANIA PERMATA AGUSTIN
1910613035

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2025**



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI FOODMART BASKO GRANDMALL KOTA PADANG

Intania Permata Agustin, dibawah bimbingan
Dr. Rahmi Wati, S.Pt, M.Si dan **Prof. Dr. Ir. Khasrad, M.Si**
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat masyarakat Kota Padang untuk berbelanja produk pangan di pasar modern, termasuk daging ayam broiler di Foodmart Basko Grand Mall. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui karakteristik konsumen dalam membeli daging ayam broiler, (2) mengetahui karakteristik pembelian daging ayam broiler, dan (3) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang. Penelitian dilaksanakan pada 1 November – 1 Desember 2024 dengan melibatkan 95 responden. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan penentuan sampel secara *quota sampling* dan teknik *accidental sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen didominasi oleh usia produktif (24–54 tahun) dengan tingkat pendidikan menengah hingga tinggi, sebagian besar bekerja sebagai karyawan swasta, PNS, dan pedagang, serta memiliki pendapatan pada kategori menengah ke atas. Karakteristik pembelian dipengaruhi oleh kombinasi faktor kualitas produk, kebersihan, pelayanan, dan ketersediaan. Analisis faktor menunjukkan bahwa faktor budaya (p-value 0,007) dan faktor psikologis (p-value 0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan faktor sosial (p-value 0,998) dan faktor pribadi (p-value 0,912) tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap kualitas, higienitas, dan kenyamanan berbelanja menjadi pendorong utama keputusan pembelian konsumen di pasar modern.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Daging Ayam Broiler, Structural Equation Model (SEM-PLS)*