

PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN
RESTORAN CEPAT SAJI O'CHICKEN DI JATI PADANG TIMUR KOTA PADANG
(*Studi Kasus Restoran cepat saji O'Chicken di Jati*)

SKRIPSI

Oleh :

MONISA AZORA

1310622017



FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH, 2019

PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN
RESTORAN CEPAT SAJI O'CHICKEN DI JATI PADANG TIMUR KOTA PADANG
(Studi Kasus Restoran Cepat Saji O'Chicken di Jati)

SKRIPSI

Oleh :

MONISA AZORA

1310622017

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan
di Fakultas Peternakan Universitas Andalas*

FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH, 2019

PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN RESTORAN CEPAT SAJI O'CHICKEN DI JATI PADANG TIMUR KOTA PADANG

Monisa Azora, dibawah bimbingan
Ir. Ismet Iskandar, Ms, Ir. H. Amrizal Anas, Mp
Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas, Payakumbuh 2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan pembelian restoran cepat saji O'Chicken di Jati Padang Timur Kota Padang. Metode yang pada penelitian ini adalah metode survei. Sikap konsumen dianalisis dengan metode Fishben yang mencakup komponen evaluasi kepentingan dan komponen kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Pengunjung kebanyakan adalah pelajar/mahasiswa dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat. 2) Pada tahap kebutuhan berdasarkan motivasi paling dominan pada rasa yang enak (71%), menghilangkan rasa lapar (61,0%). Pencarian informasi mengenai keberadaan O'Chicken paling dominan mendapatkan informasi mengenai keberadaan O'Chicken dari keluarga/teman/tetangga (91,0%). Evaluasi alternatif berdasarkan pertimbangan awal konsumen dalam membeli produk disebabkan karena harga dengan jumlah 65,0% sedangkan indikator dalam menilai kualitas disebabkan karena harga yang ditawarkan dengan jumlah 41,0%. Keputusan pembelian berdasarkan waktu berkunjung konsumen dalam melakukan pembelian yaitu hari libur (sabtu – minggu) sebanyak 64 orang, Evaluasi alternatif berdasarkan kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi produk dapat diterima dengan baik oleh responden dan memiliki minat berkunjung kembali 3) Penilaian sikap konsumen O'Chicken adalah positif dengan skor sebesar 38,19 yang berada pada rentang 16,01-48 dengan kategori baik, Walaupun sikap konsumen terhadap O'Chicken dalam kategori baik, hasil skor kepercayaan masing-masing atribut masih memperlihatkan skor yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan skor evaluasi masing-masing atribut, hal ini bermakna bahwa harapan konsumen terhadap masing-masing atribut masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, atau kepuasan konsumen terhadap O'Chicken belum optimal

Kata kunci : Perilaku konsumen, Restoran Cepat Saji, O'Chicken