

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN COKELAT  
(Studi Kasus Pada UMKM Chokato Kota Payakumbuh)**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**ZERIN ZELVARITA**

**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**1510221043**

**Dosen Pembimbing**

**Pembimbing I : Dr. Yenny Oktavia, SPi, Msi**

**Pembimbing II : Dwi Evaliza, Ir, M.Si**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2021**

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN COKELAT (Studi Kasus Pada UMKM Chokato Kota Payakumbuh)**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bauran pemasaran cokelat Chokato Payakumbuh dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan cokelat Chokato Kota Payakumbuh. Metode yang digunakan adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara *Accidental Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk makanan cokelat Chokato Payakumbuh berada pada kategori membeli ulang produk dengan nilai skor rata-rata sebesar 2,614. Nilai skor rata-rata variabel bauran pemasaran berada pada kategori baik dan tidak baik, kategori baik untuk variabel produk dan promosi, dan kategori tidak baik untuk variabel harga dan distribusi. Diantara variabel bauran pemasaran yang dianalisa, hanya satu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu produk. Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar : Usaha cokelat Chokato Payakumbuh mempertahankan kualitas produk, karena variabel tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen cokelat Chokato Payakumbuh dan menyediakan outlet yang dekat dengan jalan raya agar konsumen dengan mudah mendapatkan produk.

Kata Kunci: *Keputusan pembelian, bauran pemasaran, Cokelat Chokato*

# **ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMERS' PURCHASING DECISION IN CHOKATO BUSINESS IN PAYAKUMBUH**

## **Abstract**

This study aims to describe the marketing mix of Chokato Payakumbuh chocolate and analyze the factors affecting consumers' purchasing decisions of Chokato Payakumbuh City chocolate food products. The method used was a survey method. A total of 30 consumers were selected as respondents by accidental sampling method. Analysis of the data used is quantitative and quality descriptive analysis. The results show that consumers purchasing decisions in Chokato Payakumbuh chocolate food products are in the category of repurchasing products with an average score of 2.614. The average score of the marketing mix variable is in good and not good categories. The good category consists of product and promotion variables. Meanwhile, not good category, includes price and distribution variables. Among the marketing mix variables analyzed, only one variable significantly affect the consumers' purchasing decision, namely the product. The study suggest that: Chokato Payakumbuh chocolate businesses should maintain product quality, because these variables are factors that influence consumers' purchasing decisions and provide outlets close to main road thus the consumers can easily get the products.

Keywords: *Chokato Chocolate, purchasing decisions, marketing mix*

