

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *CHICKEN NUGGET*
DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

TANIA ADINDA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *CHICKEN NUGGET*
DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG**

Oleh :

**TANIA ADINDA
NIM: 23040116130085**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro**

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tania Adinda

NIM : 23040116130085

Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul :
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian *Chicken nugget* di Pasar Swalayan Kota Semarang dan penelitian yang terkait karya ilmiah ini adalah hasil dan kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat **Dr. Ir. Mukson, M.S.** dan **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.**

Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh penulis, maka penulis bersedia gelar akademik yang penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2020

Penulis

Tania Adinda

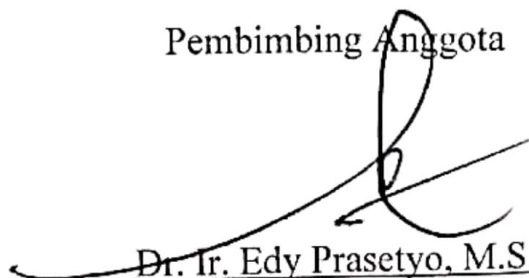
Mengetahui :

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mukson, M.S.
NIP. 19600822 198703 1 002

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.
NIP. 19570226 198603 1 002

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
CHICKEN NUGGET DI PASAR SWALAYAN
KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : TANIA ADINDA

Nomor Induk Mahasiswa : 23040116130085

Program : S-1 AGRIBISNIS/ PERTANIAN

Studi/Departemen

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

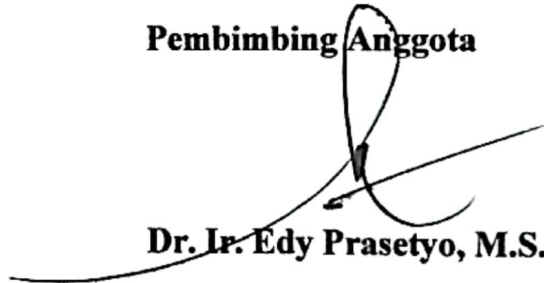
Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 JUN 2020

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mukson, M.S.

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Ketua Ujian Akhir Program



Dr. Ir. Bambang Mulyatno, S., M.S.

Ketua Program Studi



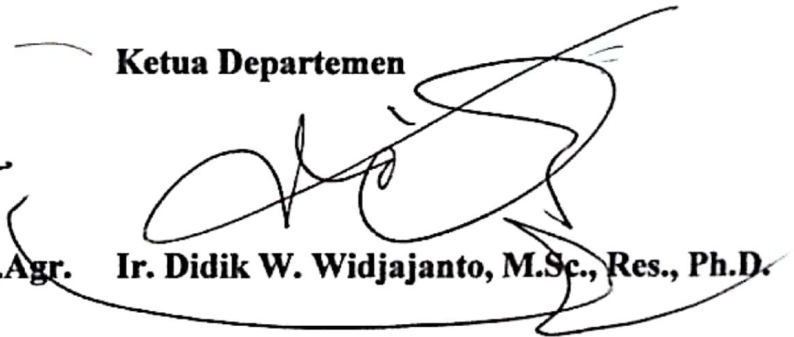
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Dekan



Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr.

Ketua Departemen



Ir. Didik W. Widjajanto, M.Sc., Res., Ph.D.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *CHICKEN NUGGET*
DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG**

*(Analysis Factors Influence Consumer's Decision on Purchasing Chicken
Nugget in Supermarket Semarang City)*

**OLEH:
TANIA ADINDA**

ABSTRAK

Peningkatan konsumsi daging olahan dan pertumbuhan jumlah perusahaan yang menawarkan produk sejenis menimbulkan persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian *chicken nugget* dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *chicken nugget* di Kota Semarang. Metode penelitian menggunakan metode survei pada konsumen *chicken nugget* di Kota Semarang. Penelitian dilakukan di 4 Pasar Swalayan di Kota Semarang yang ditentukan secara *purposive*. Pengambilan responden menggunakan *accidental sampling*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden dengan kriteria responden berusia dewasa minimal 17 tahun dan pernah membeli produk *chicken nugget* di Pasar Swalayan Kota Semarang. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian *chicken nugget* terdiri dari tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, produk, harga, lokasi dan faktor promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian *chicken nugget*. Secara parsial, faktor budaya, pribadi, psikologis, produk dan faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *chicken nugget*.

Kata Kunci: *chicken nugget*, faktor-faktor, keputusan pembelian, Semarang

ABSTRACT

The increase of processed meat consumption level and the growth number of companies that offered the same product caused market competition. The aims of the research were to analyze consumer's purchasing decisions process on *chicken nugget* and to determine factors that influence consumer decisions on purchasing *chicken nugget*. The research used survey method on *chicken nugget* consumer in Supermarket Semarang City. The research was conducted in 4 Supermarkets in Semarang City that were determined purposively. The research used accidental sampling method to determine the respondents. The number of respondents were 120 that were at least 17 years old and have purchased *chicken nugget* product in Supermarket Semarang City. The data were analyzed by descriptive analysis, factor analysis and multiple regression analysis. The result showed that the process of consumer's purchasing decisions on *chicken nugget* were problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision and post purchase evaluation. Culture factor, social factor, personal factor, psychology factor, product factor, price factor, location factor and promotion factor influence simultaneously on purchasing decisions of *chicken nugget*. Partially, culture's factor, personal's factor, psychology's factor, product's factor, promotion's factor significantly influence on purchasing decisions of *chicken nugget*.

Keywords: purchasing decision, chicken nugget, factors, Semarang

KATA PENGANTAR

Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat mendorong peningkatan permintaan akan makanan cepat saji seperti *chicken nugget*. Peningkatan permintaan akan *chicken nugget* mendorong peningkatan jumlah perusahaan yang memproduksi produk sejenis sehingga timbul adanya persaingan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian *chicken nugget*, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam menetapkan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, taufik serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian *Chicken Nugget* di Pasar Swalayan Kota Semarang”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bimbingan kepada penyusun selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Mukson, M.S. dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, selama penyusunan skripsi.

2. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M.S., M.Agr. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ijin melakukan kegiatan penelitian.
3. Ir. Didik W. Widjanto, M.Sc., Res., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian, Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi, Agribisnis, Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
5. Pihak Pasar Swalayan Gelael Mall Citraland, Gelael Akpol, Giant Siliwangi dan Giant Tlogosari yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan kegiatan penelitian.
6. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Mama, Papa, Kak Tasya, Yaya, Kak Ihsan dan keluarga yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis selama melakukan kegiatan penelitian dan penyusunan skripsi.
8. Aisyah, Reifika, Kirana, Fiska, Dinda Intan, Ola, Lyak, Zalfa, Nadya. Teman-teman Agribisnis 2016 dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Terimakasih.

Semarang, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ILUSTRASI	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	5
1.3. Manfaat	5
1.4. Hipotesis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. <i>Chicken nugget</i>	9
2.3. Perilaku Konsumen	10
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Kerangka Pemikiran	27
3.3. Metode Penelitian	31
3.4. Metode Pengambilan Sampel	31
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.6. Metode Analisis	34
3.7. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Karakteristik Responden	46
4.3. Uji Kelayakan Instrumen	66
4.4. Analisis Faktor	68
4.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <i>Chicken Nugget</i> di Kota Semarang	97
4.6. Uji Asumsi Klasik	104
4.7. Analisis Regresi Linier Berganda	107
4.8. Uji Hipotesis	109

4.9. Pembahasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	132
RIWAYAT HIDUP	200

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Top Brand Index <i>Chicken nugget</i>	10
2. Persebaran Pasar dan Jumlah Penduduk Kota Semarang	30
3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	48
5. Karakteristik Responden berdasarkan Status Perkawinan	49
6. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
7. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	51
8. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	52
9. Tahap Pengenalan Kebutuhan Pembelian <i>Chicken nugget</i>	53
10. Sumber Pencarian Informasi Pembelian <i>Chicken nugget</i>	54
11. Informasi <i>Chicken nugget</i> yang Dipertimbangkan Konsumen	56
12. Bentuk Promosi <i>Chicken nugget</i> yang Menarik Menurut Konsumen ...	58
13. Atribut <i>Chicken nugget</i> yang Paling Dipertimbangkan Konsumen	60
14. Keputusan Pembelian <i>Chicken nugget</i>	62
15. Keputusan Pembelian <i>Chicken nugget</i>	63
16. Evaluasi Pasca Pembelian <i>Chicken nugget</i>	65
17. Hasil Uji Validitas	67
18. Hasil Uji Reliabilitas.....	68
19. Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Budaya	70
20. Nilai Anti Image Correlation Faktor Budaya	71
21. Nilai <i>Communalities</i> Faktor Budaya	72
22. Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Budaya	72
23. Hasil Rotasi Faktor Budaya.....	73
24. Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Sosial.....	73
25. Nilai Anti Image Correlation Faktor Sosial	74
26. Nilai <i>Communalities</i> Faktor Sosial.....	74
27. Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Sosial.....	75
28. Hasil Rotasi Faktor Sosial.....	76

29.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Pribadi.....	76
30.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Pribadi.....	76
31.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Pribadi	77
32.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Pribadi	78
33.	Hasil Rotasi Faktor Pribadi	78
34.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Psikologis.....	79
35.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Psikologis.....	79
36.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Psikologis	80
37.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Psikologis	80
38.	Hasil Rotasi Faktor Psikologis	81
39.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Produk.....	81
40.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Produk	82
41.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Produk	82
42.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Produk	83
43.	Hasil Rotasi Faktor Produk	84
44.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Harga	85
45.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Harga	85
46.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Harga.....	86
47.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Harga.....	87
48.	Hasil Rotasi Faktor Harga.....	87
49.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Lokasi	88
50.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Lokasi	88
51.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Lokasi.....	89
52.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Lokasi.....	90
53.	Hasil Rotasi Faktor Lokasi.....	91
54.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Faktor Promosi	91
55.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Promosi	92
56.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Promosi	92
57.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Promosi	93
58.	Hasil Rotasi Faktor Promosi	93
59.	Hasil Uji KMO dan Barlett's Test Keputusan Pembelian	94

60.	Nilai Anti Image Correlation Faktor Keputusan Pembelian	94
61.	Nilai <i>Communalities</i> Faktor Keputusan Pembelian	95
62.	Hasil <i>Eigenvalue</i> dan Total Varians Faktor Keputusan Pembelian	96
63.	Hasil Rotasi Faktor Keputusan Pembelian	97
64.	Uji Normalitas.....	103
65.	Uji Heteroskedastisitas	105
66.	Uji Multikolinieritas	106
67.	Uji Autokorelasi	106
68.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	108
69.	Koefisien Determinasi	110
70.	Uji t.....	112
71.	Uji F.....	112

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2. Kerangka Pemikiran	29
3. Model Analisis Faktor	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner	132
2. Peta Kota Semarang.....	140
3. Identitas Responden.....	141
4. Tanggapan Responden Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	147
5. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	153
6. Analisis Deskriptif Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	156
7. Uji Validitas Instrumen.....	166
8. Uji Reliabilitas Instrumen.....	176
9. Analisis Faktor	178
10. Uji Asumsi Klasik	196
11. Analisis Regresi Linier Berganda.....	198