

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *CHICKEN NUGGET* DARI SISI ATRIBUT PRODUK DI KOTA YOGYAKARTA

Bagus Jati Wibowo
17/414805/PT/07494

INTISARI

Chicken nugget merupakan makanan olahan yang terbuat dari daging ayam. Masyarakat banyak yang mengonsumsi *chicken nugget* karena memiliki rasa yang enak dan praktis dalam menyajikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian *chicken nugget* dari sisi atribut produk di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel responden berjumlah 100 orang menggunakan teknik *non probability sampling*. Pengambilan data primer menggunakan metode survei secara *online* dengan kuesioner dalam bentuk *google form* yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Data yang diperoleh dari kuesioner yang diukur dengan skala *likert* akan menghasilkan data ordinal yang mana data tersebut harus diubah menjadi data interval agar dapat dianalisis dengan regresi. Transformasi data ordinal menjadi interval dilakukan dengan *Method of Successive Interval* (MSI). Analisis pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari nilai koefisien regresi maka atribut produk yang paling diperhitungkan dalam pembelian *chicken nugget* adalah variasi produk ($\beta=0.411$) diikuti cita rasa ($\beta =0.339$), dan merk (0.311) dengan hasil berpengaruh positif dan nyata dalam pembelian *chicken nugget* ($P<0.05$) sedangkan kemasan tidak berpengaruh nyata ($P>0.05$). Secara keseluruhan konsumen memperhitungkan merk, cita rasa dan variasi produk. Di sisi lain perlu peningkatan kualitas kemasan supaya diperhitungkan konsumen dalam pembelian produk.

(Kata kunci: Atribut Produk, *Chicken nugget*, Karakteristik konsumen, Keputusan konsumen)

FACTORS AFFECTING CONSUMERS IN PURCHASE OF *CHICKEN* *NUGGET* PRODUCTS FROM THE PRODUCT ATTRIBUTES IN YOGYAKARTA CITY

Bagus Jati Wibowo
17/414805/PT/07494

ABSTRACT

Chicken nuggets are processed foods made from chicken meat. Many people consume *chicken nuggets* because they have a delicious taste and are practical in serving them. This study aims to analyze the factors that influence consumers in purchasing *chicken nuggets* in terms of product attributes in Yogyakarta City. Sampling was carried out based on statistics with 100 respondents and was taken using a non-probability sampling technique. Primary data retrieval using an online survey method with a questionnaire in the form of a google form that has been tested for validity and reliability. The data obtained from the questionnaire measured by the Likert scale will produce ordinal data which must be converted into interval data so that it can be analyzed by regression. The transformation of ordinal data into intervals is done with the help of the Method of Successive Interval (MSI). Analysis of the influence of product attributes on purchasing decisions using multiple linear regression with the help of SPSS program. The results showed that from the regression coefficient value, the product attributes that were most taken into account in purchasing *chicken nuggets* were product variation ($\beta=0.411$) followed by taste ($\beta=0.339$), and brand (0.311) with positive and significant results in purchasing *chicken nuggets*. ($P<0.05$) while packaging had no significant effect ($P>0.05$). Overall, consumers take into account the brand, taste and product variety. On the other hand, it is necessary to improve the quality of packaging so that consumers take into account the purchase of products.

(Keywords: Product attributes, *Chicken nuggets*, Consumer characteristics, Consumer decisions)