Analisis Preferensi Mahasiswa Universitas Gadjah Mada Terhadap Pembelian Makanan Cepat Saji Fried
Chicken
ARAS ARI WIGHANI, Prof. Dr. Ir. Rini Widiati, M.S., IPU.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS PREFERENSI MAHASISWA UNIVERSITAS GADJAH MADA TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI *FRIED CHICKEN*

Aras Ari Wighani
18/428034/PT/07688

INTISARI

Daging broiler sebagai sumber pangan protein hewani banyak diminati masyarakat, dan mudah ditemukan di pasar. Ayam goreng ala kenthucky *fried chicken* merupakan salah satu olahan daging ayam yang saat ini terkenal dan disenangi anak muda khususnya Mahasiswa. Sebagai salah satu konsumen, mahasiswa memiliki preferensi masing – masing terhadap atribut yang melekat pada produk yang akan dibeli sebelum melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk, menentukan tingkat preferensi mahasiswa terhadap produk *fried chicken* dan menentukan pengaruh atribut- atribut produk terhadap keputusan pembelian *fried chicken.* Pengambilan data di Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada, pada bulan Desember 2022. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lameshow* yaitu sebanyak 103 mahasiswa aktif S1 Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada yang melakukan pembelian *fried chicken* di restoran cepat saji A, B dan C yang ditentukan menggunakan *purposive sampling method*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara dengan alat bantu kuisioner *online* berupa *google form* yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penilaian atribut produk dianalisis dengan menggunakan skala likert yang dilanjutkan dengan *Three Box Methode*. Pengaruh atribut preferensi terhadap keputusan pembelian dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan data skala likert yang ditransformasi sebelumnya ke data interval dengan *Method Succesive Interval* (MSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat preferenasi mahasiswa Fakultas Peternakan UGM terhadap pembelian makanan cepat saji *fried chicken* termasuk kategori tinggi. Atribut produk berpengaruh signifikan secara simultan dengan nilai ($P<0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,63. Artinya, variable *dependen*t dipengaruhi oleh variable *independent* sebesar 63% sedangkan 37% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Secara parsial atribut kualitas produk, harga, dan sistem pembayaran, berpengaruh positif signifikan ($P<0,05$). Upaya dalam meningkatkan penjualan *fried chicken* pada resto A, B dan C perlu mempertimbangkan ketiga atribut yang signifikan tersebut.

(Kata Kunci: *Fried chicken*, Cepat Saji, Atribut produk, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Preferensi Mahasiswa Universitas Gadjah Mada Terhadap Pembelian Makanan Cepat Saji Fried Chicken
ARAS ARI WIGHANI, Prof. Dr. Ir. Rini Widiati, M.S., IPU.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALYSIS OF GADJAH MADA UNIVERSITY STUDENT PREFERENCES FOR PURCHASING FRIED CHICKEN FAST FOOD

Aras Ari Wighani
18/428034/PT/07688

ABSTRACT

Broiler meat as a food source of animal protein is in great demand by the public, and is easy to find in the market. Kenthucky fried chicken style fried chicken is one of the processed chicken meat which is currently well-known and liked by young people, especially students. As consumers, students have their own preferences for the attributes attached to the product to be purchased before making a purchase decision. This study aims to determine student preferences for fried chicken products and determine the effect of product attributes on the purchase decision of fried chicken. Data collection at the Faculty of Animal Husbandry, Gadjah Mada University, in December 2022. Determination of the number of samples used the Lameshow formula namely 103 active S1 students of the Faculty of Animal Husbandry, Gadjah Mada University who purchased fried chicken at fast food restaurants A, B and C which were determined using purposive sampling method. Data collection was carried out using interviews with an online questionnaire tool in the form of a google form that has been tested for validity and reliability. The type of data used is primary and secondary data. Product attribute assessment was analyzed using a Likert scale followed by the Three Box Methode. The effect of preference attributes on purchase decisions was analyzed using multiple linear regression using Likert scale data that was previously transformed into interval data using the Succesive Interval Method (MSI). The results showed that the preference level of UGM Faculty of Animal Husbandry students for buying fried chicken fast food was in the high category. Product attributes have a significant effect simultaneously with value ($P<0.05$). The coefficient of determination ($R2$) is 0.63. That is, the dependent variable is influenced by the independent variable by 63% while 37% is explained by other factors outside this research model.Partially, product quality, price, and payment system attributes had a significant positive effect ($P<0.05$). Efforts to increase sales of fried chicken at restaurants A, B and C need to consider these three significant attributes.

(Keywords: Fried chicken, Fast Food, Product Attributes, Consumer Preferences. Purchase Decision)