

PREFERENSI KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP CAKAR AYAM DI PASAR RAYA KOTA PADANG

Putri Suci Ramadhani, dibawah bimbingan

Ir. Ismet Iskandar, MS dan Winda Sartika, S.Pt, M.Si

Program Studi Peternakan Bidang Kajian Pembangunan dan Bisnis Peternakan,
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2014

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Raya Kota Padang Provinsi Sumatera Barat dimulai pada tanggal 20 Oktober 2013 sampai 20 November 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengatahui : (1) Karakteristik konsumen terhadap cakar ayam di Pasar Raya Kota Padang, (2) Preferensi konsumen terhadap cakar ayam di Pasar Raya Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimana responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli cakar ayam minimal seharga Rp.5.000,00 dengan jumlah responden 50 orang secara *accidental sampling*. Data yang dikumpulkan adalah data primer dengan bantuan kuisioner dan data sekunder dengan studi kepustakaan serta dinas terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik responden cakar ayam di Pasar Raya Kota Padang berumur 31-46 tahun sebanyak 24 orang (48%), jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 43 orang (86%), pendidikan terakhir Diploma/Sarjana sebanyak 26 orang (52%), pekerjaan rumah tangga sebanyak 16 orang (32%), tingkat pendapatan >Rp.2.000.000,00 sebanyak 17 orang (34%), tingkat pengeluaran Rp.1.000.000,00 -Rp.2.000.000,00 sebanyak 19 orang (38%), jumlah anggota keluarga 4 orang dengan jumlah responden sebanyak 22 orang (44%), frekuensi pembelian 2-4 kali sebanyak 47 orang (94%). Preferensi konsumen terhadap cakar ayam di Pasar Raya kota Padang berada pada kategori suka dengan total skor 33,3 yang berada pada skala interval 32-45.

Kata Kunci : *Preferensi, Konsumen Cakar Ayam*