

RINGKASAN

Arya Rifky Amir (08320220003). Analisis Preferensi dan Sikap Konsumen Dalam Pembelian Produk *Fried Chicken* di Kota Makassar (Studi Kasus pada Usaha Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken). Dibimbing oleh Ibu Sitti Rahbiah dan Ibu Farizah Dhaifina Amran.

Era modernisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat ke arah yang serba instan, yang berdampak mendorong popularitas *fast food* di kalangan masyarakat, khususnya *fried chicken*. Di Kota Makassar sendiri, pasar *fried chicken* berkembang pesat dengan hadirnya berbagai merek internasional maupun lokal yang beroperasi seperti Lazuna Chicken, Hisana Fried Chicken maupun pedagang kaki lima. Tingginya persaingan menuntut pelaku usaha untuk memahami preferensi dan sikap konsumen terhadap atribut produk seperti harga, ukuran, penampilan dan tekstur guna merancang strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis preferensi dan sikap konsumen dalam pembelian produk *fried chicken* di Kota Makassar, khususnya pada usaha Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan jenis, harga dan jumlah penjualan *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken di Kota Makassar; (2) Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk dalam pembelian *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken di Kota Makassar; (3) Menganalisis tingkat kepentingan dari setiap atribut produk *fried chicken* pada Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken di Kota Makassar; (4) Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut produk dalam pembelian *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken di Kota Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan Maret 2026. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta menggunakan rumus Lemeshow dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 orang, yang dimana dibagi menjadi dua, sehingga 100 responden pada Lazuna Chicken dan 100 responden pada Hisana Fried Chicken. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Google Form serta diperkuat dengan melakukan observasi dan wawancara untuk menambah informasi penting. Data yang diperoleh, dianalisis menggunakan tiga teknik analisis yaitu yang pertama menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan mendeskripsikan jenis, harga dan jumlah penjualan *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken. Kedua menggunakan analisis Konjoin untuk menganalisis preferensi konsumen dan tingkat kepentingan dari setiap atribut *fried chicken*. Ketiga menggunakan analisis Multiatribut Fishbein yang berguna untuk menganalisis sikap konsumen terhadap *fried chicken*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Lazuna Chicken mempunyai 33 jenis varian produk *fried chicken* dengan menetapkan rentang harga pada kisaran Rp. 10.000–Rp. 26.000 dengan total penjualan 18.200 *pieces* dan penerimaan Rp. 370.745.000, sedangkan Hisana Fried Chicken mempunyai 19 jenis varian produk *fried chicken* dengan rentang harga yakni Rp. 10.000–Rp. 75.000 dengan total penjualan 6.445 *pieces* dan penerimaan Rp. 122.365.000. Menu varian terlaris di Lazuna Chicken yaitu Paket Geprek Lazuna dengan penjualan sebesar 1.200 *pieces*, sementara di Hisana Fried Chicken menu varian terlaris ada pada Paket Berkah 2 dengan penjualan sebesar 490 *pieces*. (2) Konsumen Lazuna Chicken menunjukkan preferensi terhadap produk *fried chicken* dengan kombinasi atribut berupa tekstur kulit ayam yang tebal dan renyah, potongan bagian paha, berwarna coklat ke-emasan, rasa yang cukup gurih serta harga >Rp. 20.000. Sementara itu konsumen Hisana Fried Chicken menunjukkan preferensi terhadap produk *fried chicken* dengan kombinasi atribut berupa tekstur kulit ayam yang tebal dan renyah, potongan bagian paha, berwarna coklat ke-emasan, rasa yang gurih, serta harga <Rp. 11.000. (3) Tingkat kepentingan atribut produk *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken yang paling dipertimbangkan konsumen adalah bagian potongan ayam dengan nilai Importance Value tertinggi dibandingkan atribut lainnya. (4) Sikap konsumen pada produk *fried chicken* di Lazuna Chicken dan Hisana Fried Chicken bernilai positif yang artinya konsumen sangat mempertimbangkan semua atribut dalam keputusan pembelian produk *fried chicken*.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Tingkat Kepentingan Atribut, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian.