

**PERSEPSI DAN MOTIVASI IBU RUMAH TANGGA
DI PERUMAHAN VILLA PERMATA MAS DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FRIED CHICKEN***

TUGAS AKHIR



**CITRA PUTRI ALIFIA
1241911014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**PERSEPSI DAN MOTIVASI IBU RUMAH TANGGA
DI PERUMAHAN VILLA PERMATA MAS DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FRIED CHICKEN***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



**CITRA PUTRI ALIFIA
1241911014**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Citra Putri Alifia

NIM : 1241911014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Mei 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Citra Putri Alifia

NIM : 1241911014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir :

“Persepsi dan Motivasi Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Villa Permata Mas dalam Keputusan Pembelian Produk Fried Chicken”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS), Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE.MM

()

Pembahas 1 : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD

(
Muchsin)

Pembahas 2 : Holila Hatta, S.Pd.,MM

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Mei 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Persepsi dan Motivasi Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Villa Permata Mas dalam Keputusan Pembelian Produk *Fried Chicken*”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Selama penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, motivasi, dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua, keluarga, dan saudara yang selalu memberikan dukungan, doa, nasihat, dan kasih sayangnya sehingga mampu menyelesaikan Pendidikan di Universitas Bakrie.
2. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan banyak memberikan saran kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Pihak-pihak informan yang telah meluangkan waktunya serta bersedia untuk dilakukan wawancara untuk menjadi data utama maupun pendukung penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman dan sahabat penulis yang telah banyak membantu dan bekerja sama dengan baik selama masa perkuliahan serta teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan serta motivasinya.
5. Selama proses penyusunan tugas akhir ini dan member NCT terutama Na Jaemin dan Lee Jen0 telah memberikan inspirasi, semangat, dan energi positif kepada penulis lewat musik dan karya-karyanya.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 21 Mei 2026



Citra Putri Alifia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Putri Alifia
NIM : 1241911014
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Persepsi dan Motivasi Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Villa Permata Mas dalam Keputusan Pembelian Produk *Fried Chicken*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Mei 2026

Yang menyatakan



Citra Putri Alifia

Persepsi dan Motivasi Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Villa Permata Mas dalam Keputusan Pembelian Produk *Fried Chicken*

Citra Putri Alifia

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan motivasi ibu rumah tangga di Perumahan Villa Permata Mas dalam keputusan pembelian produk *fried chicken*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Informan utama dalam penelitian ini terdiri atas empat ibu rumah tangga, sedangkan informan triangulasi meliputi Ketua RW setempat, penjual *fried chicken*, satu informan pekerja muda, dan satu informan remaja. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengorganisasian data, pengkodean, analisis, dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi ibu rumah tangga terhadap produk *fried chicken* dibentuk terutama oleh indikator visual, seperti kebersihan tempat, kondisi minyak, dan keterbukaan proses pengolahan. Selain itu, produk lokal cenderung lebih dipercaya karena dianggap lebih transparan dan lebih dekat dengan konsumen. Dari sisi motivasi, keputusan pembelian didorong oleh dua hal, yaitu motivasi utilitarian dan motivasi hedonik. Pada motivasi utilitarian, *fried chicken* dipilih karena praktis, menghemat waktu, mudah diperoleh, dan sesuai dengan kebutuhan rumah tangga. Secara motivasi hedonik, pembelian dipengaruhi oleh rasa yang disukai serta keinginan untuk memenuhi selera anak dan suami. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian *fried chicken* pada ibu rumah tangga dapat ditentukan oleh pengalaman, keyakinan, dan perbedaan kebutuhan keluarga dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: persepsi konsumen, motivasi konsumen, keputusan pembelian, ibu rumah tangga, *fried chicken*.

Perceptions and Motivations of Housewives in the Villa Permata Mas Housing Complex in Purchasing Decisions for Fried Chicken Products

Citra Putri Alifia

ABSTRACT

This study aims to analyze the perceptions and motivations of housewives in Villa Permata Mas Housing Estate in making purchasing decisions for fried chicken products. The study employed a descriptive qualitative approach with purposive sampling technique. The main informants in this study consisted of four housewives, while the triangulation informants included the local neighborhood head, a fried chicken seller, one young working informant, and one teenage informant. Data were collected through interviews, observation, and documentation, while data analysis was conducted through the stages of data collection, data organization, coding, analysis, and data presentation. The findings show that housewives' perceptions of fried chicken products are primarily shaped by visual indicators, such as the cleanliness of the outlet, the condition of the cooking oil, and the openness of the cooking process. In addition, local products tend to be more trusted because they are perceived as more transparent and closer to consumers. In terms of motivation, purchasing decisions are driven by two factors, namely utilitarian motivation and hedonic motivation. From the utilitarian perspective, fried chicken is chosen because it is practical, time-saving, easily accessible, and suitable for household needs. From the hedonic perspective, purchases are influenced by preferred taste and the desire to satisfy the preferences of children and husbands. The findings of this study indicate that housewives' purchasing decisions for fried chicken are shaped by experience, beliefs, and the varying needs of the family in everyday life.

Keywords: *consumer perception, consumer motivation, purchasing decision, housewives, fried chicken.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAKS	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Persepsi Konsumen.....	12
2.1.3 Motivasi Konsumen.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3.1. Subjek Penelitian	24
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.4. Metode Analisis Data.....	25
3.5. Triangulasi Data	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	30
4.1.1 Profil Umum Perumahan Villa Permata Mas	30
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	33
4.2 Pembahasan	34
4.2.1 Interpretasi Persepsi Ibu Rumah Tangga dalam Pembelian <i>Fried Chicken</i>	34
4.2.2 Interpretasi Motivasi Ibu Rumah Tangga dalam Pembelian <i>Fried Chicken</i>	44
4.3 Analisis Tahapan Proses Keputusan Pembelian Ibu Rumah Tangga	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian	21
Gambar 4.1 Foto Ketua RW 34 (Triangulasi Data).....	30
Gambar 4.2 Gerai Fried Chicken di depan Perumahan Villa Permata Mas	32
Gambar 4.3 Peta Lokasi Perumahan Villa Permata Mas.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Sumber Data	23
Tabel 3.2 Dasar Pengelompokan Data Penelitian	26
Tabel 3.3 Fungsi Informan Triangulasi	29
Tabel 4.1 Kode Persepsi	39
Tabel 4.2 Kode Motivasi	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan 1	57
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 2	59
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 3	64
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 4	66
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 5	68
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 6	73
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan 7	79
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan 8	84
Lampiran 9 Daftar Pertanyaan Ibu Rumah Tangga.....	89
Lampiran 10 Daftar Pertanyaan Informan Triangulasi.....	91