

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN SEBELUM MELAKUKAN PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI PASAR KALITIDU KECAMATAN KALITIDU KABUPATEN BOJONEGORO**

Siti Khoirotun Nisa<sup>1</sup>, Ir.Darsan<sup>2</sup>, dan Fina Sulistyaningsih<sup>3</sup> – font 11  
Universitas Bojonegoro<sup>1</sup>, Universitas Bojonegoro<sup>2</sup>, Universitas Bojonegoro<sup>3</sup>  
*Khoirotunnisa175@gmail.com<sup>1</sup>, Darsan27@gmail.com<sup>2</sup>, Finasulistyaningsih@gmail.com<sup>3</sup>*

### **ABSTRACT**

*The demand for chicken meat continues to increase due to its high protein content and affordable price. This study was conducted to determine the factors influencing consumer decisions before purchasing broiler chicken meat at Kalitidu Market, Kalitidu District, Bojonegoro Regency. The subjects of this study were consumers who had purchased broiler chicken meat at least three times. A sample of 100 respondents was selected using the Accidental Sampling method, with interviews and questionnaires utilizing the Likert scale method. The variables studied included product factors (X1), location factors (X2), price factors (X3), income factors (X4), promotion and service methods (X5), and consumer decisions (Y). This research employed a descriptive quantitative method with multiple linear regression as the analytical tool. Tests for validity, reliability, and classical assumptions (normality, heteroskedasticity, and multicollinearity) were used to ensure data reliability. The determination of consumer decisions before purchasing broiler chicken meat was calculated through the variables of product factors, location factors, price factors, income factors, and promotion and service methods, all of which simultaneously have a significant influence on consumers before purchasing broiler chicken meat at Kalitidu Market. Understanding these factors is crucial for developing more effective marketing strategies.*

**Keywords:** *consumer behavior, quality products, location, price, promotion and service, multiple linear regression.*

### **ABSTRAK**

Permintaan daging yang terus meningkat karena kandungan proteinnya yang tinggi dan harganya yang terjangkau. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen sebelum membeli daging ayam broiler di Pasar Kalitidu, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Subjek penelitian ini adalah para konsumen yang membeli daging ayam broiler dengan minimal tiga kali pembelian. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode Accidental Sampling, wawancara dan penyebaran kuisioner menggunakan metode skala likert. Variabel yang diteliti mencakup faktor produk (X1), faktor lokasi(X2), faktor harga (X3), faktor pendapatan (X4), cara promosi dan pelayanan (X5), dan keputusan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda sebagai alat analisis. Uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas) digunakan untuk memastikan keandalan data. penentuan dari konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler telah diperhitungkan dalam variabel faktor produk, faktor lokasi, faktor harga, faktor pendapatan, promosi dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler di pasar Kalitidu. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

**Kata kunci:** perilaku konsumen, produk yang berkualitas, lokasi, harga, promosi dan pelayanan, Regresi linier berganda.

## PENDAHULUAN

Daging ayam broiler sangat populer di Indonesia sejak tahun 1980-an. Dimana pemerintah mencanangkan penggalakan konsumsi yang ada pada saat itu semakin sulit keberadaanya. Hingga kini Ayam broiler telah dikenal Masyarakat Indonesia dengan berbagai kelebihananya, hanya 5-6 minggu sudah bisa dipanen. Dengan waktu pemeliharaan yang singkat, kini semakin banyak Masyarakat yang menjadi peternak ayam broiler di Indonesia. Salah satu pasar yang menjadi rujukan konsumen wilayah bojonegoro untuk membeli daging ayam bloiler adalah pasar kalitidu yang terletak di kecamatan kalitidu kabupaten bojonegoro. Di kecamatan kalitidu memiliki 2 pasar yaitu pasar Kalitidu dan pasar Pungpungan yang biasanya di kunjungi Masyarakat untuk membeli barang dan memenuhi kebutuhanya. Akan tetapi pasar yang lebih sering dikunjungi Masyarakat dalam membeli daging ayam broiler lebih cenderung banyak yang membeli di pasar daerah Kalitidu dari pada pasar pungpungan tersebut. Bahkan beberapa konsumen banyak yang membeli daging ayam di pasar kalitidu meskipun lokasi mereka diluar kecamatan kalitidu seperti kecamatan Malo, Gayam, Padangan dan lain sebagainya. Harga yang terjangkau, penjual yang ramah dan penjual yang mempunyai ciri khas tersendiri untuk memikat hati para pembeli.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Daging Ayam Potong Segar

Ayam bloiler merupakan ayam pedaging yang dapat digolongkan kedalam kelompok unggas penghasil daging yang berarti dipelihara secara khusus untuk menghasilkan daging. Ayam broiler memiliki tubuh lebih berat dan besar dibandingkan dengan ayam lainnya dan pengolahannya yang mudah, akan tetapi ayam broiler juga memiliki perawatan yang khusus dan sangat sensitif.(Adrian & Saidah, 2024).

Secara umum ayam broiler memiliki ciri-ciri sebagai berikut: kerangka tubuh besar, pertumbuhan badan yang cepat, pertumbuhan bulu yang cepat, lebih efisien dalam mengubah ransum menjadi daging. Ayam broiler memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihannya adalah ayam broiler memiliki ukuran badan yang besar, tekstur daging empuk dan bentuk dada tebal, lebat dan berisi, efisiensi terhadap pakan yang cukup tinggi, Sebagian pakan berubah menjadi daging dan penambahan bobot badan yang sangat cepat. Akan tetapi ayam broiler juga memiliki kelemahan seperti perawatan dan pemeliharaan yang khusus dan intensif, relative lebih peka terhadap suatu infeksi penyakit dan sulit beradaptasi.

### Pemasaran

Ketatnya persaingan dalam pasar harus menetapkan strategi dan Teknik pemasaran dengsn mengetahui perilaku konsumen bagi para penjual dalam menentukan pilihan sebelum membeli. Konsumen bebas membeli daging ayam broiler di beberapa lokasi penjualan sesuai selera keinginannya. Bagi produsen dalam perdagangan kondisi persaingan sangat ketat. Oleh karena itu pentingnya mengetahui preferensi konsumen dan bagaimana strategi pemasaran yang baik untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.(Mayasari & Safina, 2021)

### Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen sangat berpengaruh dalam kegiatan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu prosuk dapat di lihat dari Pendapatan, jumlah anggota, keluarga, usia, jenis kelamin, Pendidikan dan pekerjaan secara bersamaan sangat berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen. Dalam kegiatan jual beli ini, konsumen akan membeli daging ayam broiler sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam mengambil Keputusan dalam pembelian, karakteristik individu sangat berpengaruh dalam hal ini. oleh karena itu konsumen sangat memilih dalam melakukan kegiatan pembelian(Ramadhanti et al., 2023).

Dalam penelitian ini karakteristik konsumen yang ditetili terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga yang akan mempengaruhi konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler di pasar Kalitidu.

## Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan Dimana secara individu, kelompok yang terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan Keputusan. Konsumen memperhatikan berbagai macam masalah yang melekat pada produk daging ayam yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan Keputusan dalam membeli. Perilaku konsumen merujuk kepada perilaku yang dilakukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.(Panjaitan & Cahyanto, 2017).

## Proses Pengambilan Keputusan

Dalam pengambilan Keputusan dalam pembelian daging ayam, konsumen memilih daging Sebagian besar melakukan seleksi yaitu dengan melihat secara fisik dengan melihat, meraba, memegang dan mencium bau daging tersebut. Dengan begitu konsumen lebih mudah dalam memilih dan menyeleksi produk yang dibeli dan tempat yang akan dijadikan tujuan dalam melakukan pembelian daging ayam broiler di tempat yang sama maupun di tempat yang berbeda. (Setyowati Suroto et al., 2023)

## METODE PENELITIAN

Untuk menganalisis pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, yaitu hubungan antara factor produk (X1), factor Lokasi (X2), factor harga (X3), factor pendapatan (X4), promosi dan pelayanan (X5) terhadap Keputusan konsumen (Y1). Untuk mencari model persamaan regresi linier berganda menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah konsumen daging ayam broiler, dengan sampel sebanyak 100 konsumen daging ayam broiler pasar Kalitidu.

### 1. Populasi dan Sampel

sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen daging ayam broiler pasar Kalitidu dengan minimal 3 kali pembelian berjumlah 100 orang.

### 2. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh oleh peneliti adalah data primer yang diperoleh dari wawancara, penyebaran kuisioner dan observasi secara langsung dilokasi yang dilakukan dengan pedagang daging ayam broiler dan konsumen daging ayam broiler. Sedangkan untuk data sekunder yang diperoleh peneliti bersumber dari petugas pasar, badan pusat statistik, serta dinas peternakan dan pertanian bojonegoro.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor harga dan kualitas daging ayam broiler memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor lokasi juga berpengaruh, namun tidak sebesar faktor harga dan kualitas. Promosi dan pelayanan dari penjual juga ditemukan berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan harga dan kualitas.

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized | t      | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Coefficients |        |      |
| 1     | (Constant)    | .018                        | 1.023      |              | .018   | .986 |
|       | faktor produk | .208                        | .091       | .195         | 2.292  | .024 |
|       | faktor lokasi | .247                        | .072       | .276         | 3.447  | .001 |
|       | faktor harga  | -.262                       | .099       | -.324        | -2.656 | .009 |

|                       |      |      |      |       |      |
|-----------------------|------|------|------|-------|------|
| faktor pendapatan     | .508 | .108 | .489 | 4.696 | .000 |
| promosi dan pelayanan | .369 | .080 | .371 | 4.588 | .000 |

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Hasil dari perhitungan regresi linier berganda dan uji t diatas menyetakan bahwa variabel X1, X2, X4, dan X5 menunjukan pengaruh positif dan signifikan. Dan dapat mengakibatkan peningkatan dalam keputusan konsumen. Akan tetapi pada variabel X3 (faktor harga) memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Yang mengindikasikan bahwa konsumen cenderung mengurangi jumlah pembelian atau pun tidak melakukan pembelian saart harga meningkat akan tetapi akan lebih mengutamakan kebutuhan lain.

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 52.757         | 5  | 10.551      | 26.237 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 37.803         | 94 | .402        |        |                   |
|       | Total      | 90.560         | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

b. Predictors: (Constant), promosi dan pelayanan, faktor produk, faktor pendapatan, faktor lokasi, faktor harga

Hasil dari uji ANOVA diperoleh F hitung yaitu 26.237 lebih besar Ftabel 2,20, dan berdasarkan tabel F dengan taraf sig. Yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel factor produk, factor Lokasi, factor harga, factor pendapatan, promosi dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan untuk konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler di pasar Kalitidu.

### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .763 <sup>a</sup> | .583     | .560              | .63416                     |

a. Predictors: (Constant), promosi dan pelayanan, faktor produk, faktor pendapatan, faktor lokasi, faktor harga

Bahwa R<sup>2</sup> sebesar 0.583 berarti bahwa sekitar 58.3% variabel dalam keputusan pembelian daging ayam broiler dapat dijelaskan oleh model regresi yang mencakup variabel-variabel independen tersebut. Ini menunjukkan bahwa model tersebut cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen. Namun, ada 41.7% variabel yang tidak dapat dijelaskan oleh model, yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam analisis.

### KESIMPULAN

Faktor- faktor yang menjadi pengaruh konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler seperti factor produk, factor Lokasi, factor pendapatan, cara promosi dan pelayanan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. akan tetapi dalam penelitian ini factor harga tidak cenderung menjadi pemicu konsumen dalam pengambilan Keputusan sebelum melakukan pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen antara satu sama lain memiliki

perbedaan faktor. Dalam penelitian ini faktor harga berpengaruh signifikan negatif dbagi konsumen sebelum melakukan pembelian dikarenakan Lokasi tempat tinggal konsumen dan karakteristik konsumen yang memiliki perbedaan setiap individu yang dapat mempengaruhi dan menjadikan factor konsumen sebelum melakukan pembelian daging ayam broiler.

#### DAFTAR PUSTAKA

Adrian, S., & Saidah, Z. (2024). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Proses Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kiaracondong dan Griya Kiaracondong Consumer Purchase Decision Process of Broiler Meat in Ki*. 10(1), 464–474.

Amelia, D. P., Purnomo, S. H., & Sudiyono, S. (2018). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung di Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Sains Peternakan*, 16(1), 23. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v16i1.18638>

Anggraini, M. (2019). ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI AYAM RAS PEDAGING ( *Gallus domesticus* ) DI KOTA BATURAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU. *Jasep*, 5(2), 57–63. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/jsp/article/view/525%0Ahttps://journal.unbara.ac.id/index.php/jsp/article/download/525/403>

Aryani, G. A. D., & Jember, I. M. (2019). Analysis of Factors Affecting Demand for Broiler Chicken in Bali Province. *E-Jurnal EP Unud*, 8(5), 1062–1091.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Cholilalah, Rois Arifin, A. I. H. (2024). Analysis Consumer Preference For Broiler Chicken Meat Puchasing Decisions In Kefamenanu City. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 9(2502), 82–95.

Faiqoh, N. K., Soedarto, T., & Rizkiyah, N. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler di Pasar Modern Kota Bekasi. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7(1), 47. <https://doi.org/10.32585/ags.v7i1.3682>

Fauzi, N. A., & Wijaya. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Di Pasar Celancang. *Jurnal Agrijati*, 34(1), 69–72. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/agrijati/article/download/4848/2264>

Hanni, M., Baroh, I., & Ariadi, B. Y. (2022). Forecasting Produksi dan Konsumsi Daging Ayam Broiler di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Peternakan Sriwijaya*, 11(1), 33–41. <https://doi.org/10.36706/jps.11.1.2022.15835>

Kurnadi, B., Zali, M., & Saleh, H. (2022). Elastisitas Permintaan Daging Ayam Broiler di Pasar Ganding Kabupaten Sumenep. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 24(1), 104.