

## **PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM KAMPUNG DI KABUPATEN PESAWARAN**

**Adelia Dwi Fahnaz**

Program Studi Agribisnis Pangan, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

E-mail : adeliadwi39@gmail.com

**Fadila Marga Saty**

Program Studi Agribisnis Pangan, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

E-mail : fadila@polinela.ac.id

**Teguh Budi Trisnanto**

Program Studi Agribisnis Pangan, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

E-mail : teguhbuditrisnanto@polinela.ac.id

### **Abstrak**

Berbagai jenis dasar pertimbangan masyarakat menjadi alasan untuk melakukan pengambilan keputusan terhadap pembelian ayam kampung. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi persepsi konsumen, menganalisis proses pengambilan keputusan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran. Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah purposive sampling. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, dan regresi logistik. Hasil penelitian adalah persepsi tidak setuju dengan nilai rata-rata 0,95 persen, setuju dengan nilai rata-rata sebesar 58,57 persen dan sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 40,47 persen. Keputusan konsumen daging ayam kampung tinggi protein, mudah didapatkan, kandungan gizi, kualitas ayam, kebiasaan yang dilakukan, terencana, harga produk, puas, tetap membeli jika harga naik, pedagang yang terletak didalam pasar dan tidak langsung diolah. Faktor yang berpengaruh yaitu pendapatan dan jumlah anggota keluarga.

**Kata kunci:** Ayam kampung, pengambilan keputusan, keputusan konsumen

### **Abstract**

Various types of basic community considerations are the reasons for making decisions about purchasing native chickens. This study aims to identify consumer perceptions, analyze the decision-making process and analyze the factors that influence the consumer decision-making process in buying native chicken meat in Pesawaran District. The method used in collecting samples is purposive sampling. Methods of data analysis using descriptive analysis, validity and reliability tests, and logistic regression. The results of the research are the perception of disagreeing with an average value of 0.95 percent, agreeing with an average value of 58.57 percent and strongly agreeing with an average value of 40.47 percent. Consumer decisions on native chicken meat are high in protein, easy to obtain, nutritional content, quality of chicken, habitual, planned, product price, satisfied, keep buying if the price goes up, traders are located in the market and are not directly processed. The influencing factor is income and number of family members.

**Keywords:** Native chicken, decision making, consumer decision

## **1. PENDAHULUAN**

Sektor pertanian Indonesia memegang peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Peternakan Adalah salah satu bagian dari subsektor pertanian. Peternakan memiliki peran strategis dalam pembangunan sumber daya manusia. Peran tersebut dapat dilihat dari fungsi produk hewani sebagai sumber protein hewani untuk memenuhi atau melengkapi kebutuhan gizi masyarakat (Sianturi et al., 2016).

Populasi ternak lainnya memiliki jumlah yang sedikit dibandingkan dengan jumlah populasi ayam pedaging. Populasi ternak ayam jenis buras dan petelur pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan (Dikjen Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020). Populasi ternak ayam kampung dan ayam

petelur dalam waktu satu tahun mengalami peningkatan dari tahun 2019-2020, jumlah populasi ternak ayam ras pedaging, ternak sapi potong dan sapi perah yang jumlahnya terus mengalami penurunan dari tahun 2019-2020. Terjadi peningkatan pada ayam kampung dan petelur, hal ini bisa digunakan sebagai gambaran yang potensial terhadap kebutuhan konsumsi daging penduduk Indonesia dapat dipenuhi dari daging ayam.

Populasi ternak ayam kampung di Kabupaten Pesawaran pada tahun 2016-2018 mengalami peningkatan populasi dan mengalami penurunan pada tahun 2019, setelah itu pada tahun 2020 mengalami peningkatan populasi. Meningkatnya populasi ayam ras pedaging terus tahun 2016-2019 dan pada tahun 2020 populasi ayam ras pedaging mengalami penurunan. Populasi ayam petelur mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meningkatnya populasi ternak ayam kampung disebabkan oleh beberapa faktor yaitu harga dan minat konsumen terhadap konsumsi daging ayam kampung (Putra, I Gusti Ngurah Yuri, et al., 2015).

Harga ayam ras pedaging yaitu Rp 24.000 per kilogram dan harga ayam kampung per kilogram Rp 55.000. Hal ini diartikan bahwa harga daging ayam kampung relative lebih mahal dari harga ayam ras pedaging.

Tahun 2020 terjadi wabah penyakit yaitu Coronavirus 19 atau dikenal dengan Covid-19 (Fitri, W., 2020). Wabah tersebut menyadarkan masyarakat untuk lebih peduli tentang kesehatan, sekarang masyarakat menjadi lebih pemilih dalam memilih bahan makanan. Hal yang membuat masyarakat memiliki pemikiran bahwa mengonsumsi daging ayam kampung lebih sehat dibandingkan dengan mengonsumsi daging ayam pedaging.

Keadaan tersebut menimbulkan suatu perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian daging ayam kampung. Masyarakat memiliki ciri khas yang berbeda dalam setiap pembelian daging ayam kampung (Burhanudin, 2011). Berbagai pertimbangan masyarakat dapat digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian daging ayam kampung.

Masyarakat memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan dalam pembelian daging ayam yang sesuai dengan kesukaan dan keinginan, melalui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, yaitu dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian (Siagian, 1988).

Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi persepsi konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran, menganalisis proses pengambilan keputusan membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran, dan menganalisis faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Kabupaten Pesawaran. Penentuan lokasi penelitian yaitu pengambilan lokasi dengan sengaja dengan pertimbangan letak geografis pasar, kemampuan jangkauan peneliti dan adanya penjual daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran. Penelitian dilakukan di Kecamatan Gedong Tataan dan Kecamatan Way Ratai. Kecamatan Gedong Tataan merupakan kecamatan yang memiliki penduduk terbanyak di Kabupaten Pesawaran dengan jumlah penduduk sebesar 1.127,09 jiwa/km<sup>2</sup>,

sedangkan Kecamatan Way Ratai merupakan Kecamatan yang berlokasi dekat dengan tempat tinggal peneliti. Dua tempat tersebut dapat menggambarkan wilayah Kabupaten Pesawaran. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Juli 2022.

Metode Purposive sampling digunakan untuk menentukan responden pada penelitian ini. Populasi sasaran adalah konsumen yang membeli daging ayam kampung dan tidak. Sampel yang digunakan atau ditetapkan sebanyak 70 responden, karena jumlah konsumen tidak teridentifikasi.

Data yang digunakan data primer dan sekunder. Data primer didapat dengan cara observasi dan wawancara secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti.

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang terkait dengan topik penelitian. Data tersebut diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, Survei Sosial Ekonomi Nasional, serta data, teori dan fakta ilmiah lainnya yang diperoleh melalui jurnal ilmiah, hasil penelitian sebelumnya dan media massa.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, dan analisis regresi logistik yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab tujuan pertama dan kedua yaitu menganalisis persepsi konsumen daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran dan menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran.

2) Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum melakukan penelitian, yaitu untuk menguji indikator persepsi konsumen daging ayam kampung pada kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner valid atau tidak valid. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut cenderung mengungkapkan sikap konsumen terhadap daging ayam kampung. Uji reliabilitas adalah ukuran suatu kuesioner sebagai indeks dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau reliabel jika jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3) Metode Regresi Logistik

Analisis regresi logistik untuk menjawab tujuan ketiga pada penelitian ini. Hosmer dan Lemeshow dalam Imawati dkk, (2009) menyatakan bahwa regresi logistik biner merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel respon (Y) yang berupa data biner atau dikotomi dengan variabel predictor (X) yang berupa data bersifat polikotomi (data berskala interval).

Keputusan pembelian daging ayam kampung tersebut dianggap sebagai variabel tak bebas atau variabel terikat yang diduga dipengaruhi oleh sejumlah variabel bebas yaitu Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ), Umur Responden ( $X_2$ ), Jumlah Pembelian ( $X_3$ ), Pendapatan ( $X_4$ ), dan Jumlah anggota keluarga ( $X_5$ )

Penelitian ini untuk mengolah dan analisis data menggunakan analisis regresi binary logistik dengan program SPSS yang memiliki persamaan sebagai berikut :

$$Y = \log \left[ \frac{p}{1-p} \right] = b + \text{Log}b_1X_1 + \text{Log}b_2X_2 + \text{Log}b_3X_3 + \text{Log}b_4X_4 + \text{Log}b_5X_5, \dots + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian Daging Ayam Kampung
- X<sub>1</sub> = Tingkat Pendidikan
- X<sub>2</sub> = Umur Responden
- X<sub>3</sub> = Jumlah Pembelian
- X<sub>4</sub> = Pendapatan
- X<sub>5</sub> = Jumlah anggota keluarga
- b = Intersep/konstanta
- log b<sub>1-n</sub> = Parameter peubah X<sub>i</sub>
- ε = Error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Persepsi konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran

Persepsi konsumen diambil dari konsumen yang melakukan pembelian daging ayam kampung sebanyak 42 responden. Setiap responden memiliki persepsi tersendiri dalam melakukan pembelian daging ayam kampung. Persepsi konsumen dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persepsi konsumen dalam membeli daging ayam kampung

No	Pernyataan	Persentase			
		1	2	3	4
1	Warna daging ayam.	0	0	50	50
2	Kekenyalan Daging.	0	0	61,90	38,10
3	Bobot/berat ayam.	0	0	64,29	35,71
4	Harga.	0	4,76	66,67	28,57
5	Sehat.	0	0	50	50
	Jumlah	0	4.76	292.85	202.3
	Rata-rata	0	0.95	58.57	40.47

Keterangan:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat setuju

Sumber : Olah data primer, 2022.

Pada Tabel 1 dapat dilihat konsumen yang membeli daging ayam kampung dilihat dari warna dagingnya ada 50 persen yang setuju dan 50 persen orang yang sangat setuju. Warna daging merupakan salah satu indikator dalam menentukan kesegaran daging ayam kampung. Kualitas daging yang segar dapat dilihat dari warna daging tersebut. Kekenyalan daging ayam kampung yang baik yaitu jika daging ayam kampung ditekan menggunakan jari daging akan kembali ke keadaan semula atau tidak meninggalkan bekas di daging. Hal ini Bobot/berat daging ayam sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli daging ayam kampung. Variabel harga dapat diartikan bahwa harga dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian daging ayam kampung. Persepsi sehat pada ayam kampung dapat mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam kampung.

#### Pengambilan keputusan dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran

Keputusan konsumen merupakan tindakan membeli suatu produk melalui beberapa tahap. Ada empat tahap dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran, yaitu pengenalan kebutuhan/masalah, tujuan pembelian, keputusan pembelian, dan hasil.

A. Pengenalan Kebutuhan/Masalah

Proses pengenalan kebutuhan konsumen terhadap daging ayam kampung disadari dengan manfaat yang akan diperoleh konsumen ketika mengonsumsi daging ayam kampung. Pengenalan kebutuhan konsumen pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengenalan kebutuhan konsumen

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Motivasi Mengonsumsi		
	• Rasanya Enak	9	21,43
	• Tinggi Protein	27	64,29
	• Tekstur dagingnya	6	14,29
2	Motivasi Membeli		
	• Harga terjangkau	4	9,52
	• Mudah didapat	38	90,48

Sumber : Olah data primer, 2022

Pada Tabel 2 dapat dilihat pengenalan kebutuhan konsumen berdasarkan motivasi mengonsumsi daging ayam kampung ada 27 konsumen dengan jumlah persentase sebanyak 64,29 persen yang menyadari bahwa kandungan protein dalam daging ayam kampung sangat baik untuk kesehatan, hal ini yang membuat konsumen termotivasi untuk mengonsumsi daging ayam kampung. Pengenalan kebutuhan berdasarkan motivasi membeli daging ayam kampung dapat dilihat pada Tabel 14, daging ayam kampung mudah didapatkan memiliki persentase sebesar 90,48 persen, hal ini dapat diartikan bahwa daging ayam mudah didapatkan di pasar-pasar tradisional.

B. Tujuan Pembelian

Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen menentukan tujuan pembelian daging ayam kampung. Tujuan pembelian daging ayam kampung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tujuan pembelian daging ayam kampung

No.	Tujuan pembelian daging ayam kampung	Jumlah	Persentase
1	Manfaat yang dicari		
	• Baik untuk Kesehatan	20	47,62
	• Kandungan gizinya	22	52,38
2	Informasi Penting		
	• Harga	5	11,90
	• Kualitas ayam	37	88,10
3	Pertimbangan Memilih		
	• Kebiasaan yang sudah dilakukan	33	78,57
	• Mengikuti orang lain	9	21,43
	• Produk sedang laku di pasaran	0	0
	• Harga produk sedang murah	0	0

Sumber : Olah data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 3 yaitu konsumen membutuhkan produk yang baik untuk kesehatan dan nilai gizi yang terkandung dalam produk tersebut. Kualitas ayam yang baik yaitu dilihat dari warna daging yang berwarna putih namun sedikit gelap, tekstur daging yang kenyal, dan tidak ada memar di bagian ayamnya. Konsumen daging ayam kampung selain memprioritaskan kualitas daging ayam sebagai keputusan membeli daging ayam kampung, ada berbagai pertimbangan lain yang dilakukan konsumen. Pertimbangan dalam membeli daging ayam kampung. Kebiasaan yang sudah dilakukan mendominasi, hal ini dapat diartikan bahwa konsumen melakukan keputusan membeli daging ayam kampung dengan pertimbangan sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan konsumen.

C. Keputusan Pembelian

Pada tahap ini konsumen harus mengambil keputusan kapan membeli, dimana pembelian dan bagaimana membayarnya. Keputusan pembelian daging ayam kampung dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Keputusan Pembelian daging ayam kampung

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Jenis Keputusan Pembelian		
	• Terencana	33	78,57
	• Tidak terencana	9	21,43
2	Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian		
	• Harga produk	25	59,52
	• Produk tampak lebih segar	17	40,48

Sumber : Olah data primer, 2022

Pada Tabel 4 dijelaskan konsumen merencanakan atau memiliki niat untuk membeli daging ayam kampung dikarenakan persediaan daging ayam kampung yang sudah habis dan daging ayam kampung merupakan menu yang disukai anggota keluarganya. Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian daging ayam kampung ada harga produk dan keadaan produk yang masih segar. Konsumen tidak berpengaruh terhadap harga ayam kampung yang lebih mahal dari harga ayam ras pedaging. Hal tersebut karena konsumen sudah merencanakan pembelian daging ayam kampung sebelumnya.

D. Hasil

Tahap terakhir dalam proses pengambilan keputusan yaitu hasil yang didapat dalam pembelian daging ayam kampung. Kepuasan konsumen setelah membeli daging ayam kampung dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil pembelian daging ayam kampung

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Kepuasan konsumen		
	• Puas	42	100
	• Tidak puas	0	0
2	Jika harga naik		
	• Tetap membeli	26	62
	• Tidak membeli	16	38
3	Lokasi penjual		

	• Di pinggir jalan	20	47.62
	• Di dalam pasar	22	52.38
4	Pengolahan daging ayam kampung		
	• Langsung	18	42.86
	• Tidak	24	57.14

Sumber : Olah data primer, 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam membeli daging ayam kampung adalah puas dengan persentase sebesar 100 persen. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen puas dikarenakan kualitas ayam yang didapatkan sesuai dengan keinginan konsumen, hal ini dapat menyebabkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang ditempat yang sama. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauzi dan Wijaya (2021) menjelaskan konsumen sangat puas melakukan pembelian daging ayam broiler di pasar celancang dan setelah membeli konsumen akan melakukan pembelian ulang di tempat yang sama.

#### Uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji validitas

No.	Variabel	R hitung	R Tabel	Ket.
1	Warna Daging Ayam	0,694	0.304	Valid
2	Kekenyalan Daging	0,765	0.304	Valid
3	Bobot Daging	0,747	0.304	Valid
4	Harga Daging	0,628	0.304	Valid
5	Sehat	0,825	0.304	Valid

Sumber : Olah data primer, 2022

Pada Tabel 6 diketahui hasil uji validitas menggunakan *software* SPSS 22 didapatkan hasil nilai R hitung dari lima variabel persepsi konsumen ayam kampung. Nilai signifikan yang digunakan yaitu sebesar 5 persen, jadi nilai R Tabel sebesar 0,304 dengan jumlah responden sebanyak 42 responden. Responden tersebut adalah konsumen yang membeli daging ayam kampung.

Variabel warna daging ayam memiliki nilai R hitung sebesar 0,694 (valid), variabel kekenyalan daging nilai R hitung sebesar 0,765 (valid), variabel bobot daging dengan hasil R hitungnya sebesar 0,747 (valid), variabel harga daging dan variabel sehat memiliki nilai R hitung sebesar 0,628 dan 0,825 masing-masing valid.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Hasil dari uji Reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	N Variabel
0,781	5

Sumber : Olah data primer, 2022

Pada Tabel 7 dapat dilihat hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS 20 yang menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) sebesar 0,781 dari 5 variabel persepsi konsumen daging ayam kampung. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) sebesar 0,70.

Sejalan dengan penelitian Marga Saty, F., et al., (2018) dimana data yang diuji menghasilkan data yang reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,70

**Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran**

Minat konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran disebabkan beberapa alasan. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi logistik untuk menunjukkan faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli daging ayam kampung di Kabupaten Pesawaran. Berikut adalah hasil analisis regresi logistik terhadap pengambilan keputusan konsumen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji *wald*

Variabel	Koefisien	Wald	Signifikansi	Nilai Odds Rasio	Keterangan
Konstanta	-0,182	0,001	0,970	0,834	
Tingkat pendidikan (X <sub>1</sub> )	0,196	0,555	0,456	1,217	Tidak Sig.
Umur responden (X <sub>2</sub> )	-0,037	0,461	0,497	0,964	Tidak Sig.
Jumlah pembelian (X <sub>3</sub> )	16,178	0,000	0,995	10612624,97	Tidak Sig.
Pendapatan (X <sub>4</sub> )	0,000	6,501	0,011	1,000	Sig.
Jumlah Anggota Keluarga (X <sub>5</sub> )	-1,332	4,171	0,041	0,264	Sig.

Sumber : Olah data primer, 2022

Tabel 8 menjelaskan bahwa uji wald yang dilakukan menghasilkan nilai signifikan yang berbeda-beda pada variabel independen. Variabel independen yang berpengaruh memiliki nilai signifikansi < 0,05 dikatakan mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Variabel independen yang memiliki nilai signifikan < 0,05 yaitu variabel pendapatan dan variabel jumlah anggota keluarga. Variabel independen yang tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu tingkat pendidikan, umur responden, dan jumlah pembelian, karena variabel tersebut memiliki nilai signifikan > 0,05. Berdasarkan Tabel 8 didapatkan hasil persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$Y \text{ (Keputusan konsumen)} = \log\left[\frac{p}{1-p}\right] = 0,182 + 0,196X_1 - 0,037X_2 + 16,178X_3 + 0,000X_4 - 1,332X_5 + \epsilon$$

Hal ini berarti konsumen yang berpendidikan lebih tinggi memiliki pengetahuan yang lebih luas, untuk memenuhi kebutuhan gizi tidak hanya dari daging ayam kampung, bisa didapatkan dari berbagai macam jenis ikan dan daging yang dapat dikonsumsi dan memiliki manfaat baik bagi tubuh. Hal ini berarti variabel umur tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan beras organik, konsumen dengan umur lebih muda lebih memilih beras organik dikarenakan konsumen dengan umur lebih muda mengerti tentang kesehatan.

Konsumen dengan jumlah pembelian lebih banyak cenderung membeli daging ayam kampung sebesar 10.612.624,97 kali lebih banyak dari konsumen yang membeli dengan jumlah pembelian sedikit. Hal ini terjadi dikarenakan harga ayam kampung lebih mahal dari harga ayam lainnya, jadi konsumen yang memiliki pendapatan lebih tinggi akan lebih memilih untuk membeli daging ayam kampung sebagai kebutuhan gizi. Berdasarkan penelitian sampel konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga lebih



banyak atau sedikit dengan jumlah yang tidak jauh berbeda, yaitu membeli daging ayam kampung dengan jumlah sebanyak 1-6 kg setiap bulannya.

#### 4. PENUTUP

##### Simpulan

Persepsi tidak setuju dengan nilai rata-rata 0,95 persen, setuju dengan nilai rata-rata sebesar 58,57 persen dan sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 40,47 persen. Keputusan konsumen daging ayam kampung tinggi protein, mudah didapatkan, kandungan gizi, kualitas ayam, kebiasaan yang dilakukan, terencana, harga produk, puas, tetap membeli jika harga naik, pedagang yang terletak didalam pasar dan tidak langsung diolah. Faktor yang berpengaruh yaitu pendapatan dan jumlah anggota keluarga. Faktor yang tidak berpengaruh nyata secara signifikan yaitu tingkat pendidikan, umur responden dan jumlah pembelian.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. P., Purnomo, S. H., dan 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>.
- Astati, A., Hidayat, M. N., dan Alim, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Broiler dan Ayam Buras di Desa Garecing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan (Journal of Animal Husbandry Science and Industry)*, 4(1), 10. <https://doi.org/10.24252/jiip.v4i1.9814>
- Burhanudin, A. (2011). Analisis Perilaku Konsumen Pada Pembelian Daging Ayam Ras (Broiler Chicken) Di Pasar Traditional Dan Pasar Modern Kota Jember. [*Skripsi*]. Jember : Badan Penerbit Universitas Jember.
- Fauzi, N. A., dan Wijaya, W. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Di Pasar Celancang. *Agrijati Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 34. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/agrijati/article/download/4848/2264>
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta : Deepublish.
- Fitri, W. (2020). Implikasi Yuridis Penetapan Status Bencana Nasional Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Terhadap Perbuatan Hukum Keperdataan. *Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 9.
- Hasriani, Arifin, dan Pata, A. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Kampung Di Kabupaten Maros. *Journal of Agribusiness*, 13(1), 39–56.
- Mujayin, Y., dan Arafah. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Potong di Pasar Tradisional Kabupaten Donggala (Studi Kasus Pasar Ganti). *Arafah dan Mujayin / J. Agrisains*, 21(2), 87–96. <https://ejurnal.fapetkan.untad.ac.id/index.php/agrisains>
- Oskar, B., Darus, H. M. M. B., dan Iskandarini. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengkonsumsi Daging Ayam Kampung Di Kota Medan (Studi Kasus : Pasar Sambas , Medan). *Journal Of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*.
- Putra, I Gusti Ngurah Yuri, Sudarma, M., dan Wulandira Sdj, A. A. A. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Membeli Daging Ayam Boiler di Kabupaten Bangli. 4(1). <http://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA>
- Ridha, A. (2017). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(1), 23–31. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i1.1175>.
- Saty, F. M., Apriyani, M., & Supriyatna, A. R. (2018). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Penerapan e-Bisnis Pertanian di Bandar Lampung. <http://jurnal.polinela.ac.id/index.php/PROSIDING>

Sianturi, W., Hasyim, A., dan Situmorang, S. (2016). Sikap Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Ayam Potong Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 4(4), 100683.

Simarmata, L., Osak, R. E. M. ., Endoh, E. K. ., dan Oroh, F. N. . (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). *Zootec*, 39(2), 194–202.