

Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler di Jawa Timur

Analysis of The Influence Economic Factors on The Decision To Purchase Broiler Chicken East Java

Suryanto David Zet¹, Karunia Setyowati Suroto^{*2}, Ariani Trisna Murti³

^{1,2,3} Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang; Jl. Telaga Warna Tlogomas Malang, telp. 0341-565500

³Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian, Unitri Malang

e-mail: *niekarunia@gmail.com,

Disubmit: 10 Januari 2025; Direvisi: 5 Mei 2025; Diterima: 28 Juni 2025

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Jawa Timur karena data menunjukkan adanya tren peningkatan produksi dan konsumsi daging ayam di daerah tersebut. Melimpahnya ayam broiler dan ayam ras menunjukkan betapa pentingnya sektor peternakan unggas dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan daging ayam. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor ekonomi yang berpengaruh dan yang paling dominan terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif dengan metode *accidental sampling* yang mengkaji keterkaitan antar faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan konsumen memiliki pengaruh yang baik dan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil t tabel $7,874 \pm 1,985$ dan nilai signifikansi $0,001 \pm 0,05$, hal ini diharapkan keputusan pembelian masyarakat sangat dipengaruhi oleh harga. Nilai signifikansi sebesar $0,001 \pm 0,05$ dan t tabel sebesar $3,862 \pm 1,985$ mendukung prediksi tersebut. Pemilihan produk yang akan dibeli dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lokasi transaksi. Nilai signifikansi sebesar $0,001 \pm 0,05$ dihitung untuk t tabel yaitu $8,443 \pm 1,985$. F-hitung menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang kuat.

Kata Kunci : daging ayam broiler, konsumen, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted in East Java because the data shows an increasing trend in chicken meat production and consumption in the area. The abundance of broiler chickens and broiler chickens shows how important the poultry farming sector is in meeting consumer needs for chicken meat. The purpose of this study was to determine the economic factors that influence and are most dominant in the decision to purchase broiler chicken meat. The research method applied was quantitative research with the accidental sampling method which examined the relationship between factors. The results showed that consumer income had a good influence on purchasing decisions, with a t table of 7.874 ± 1.985 and a significance value of 0.001 ± 0.05 , it is expected that people's purchasing decisions are greatly influenced by price. The significance value of 0.001 ± 0.05 and a t table of 3.862 ± 1.985 support this prediction. The selection of products to be purchased is positively and significantly influenced by the location of the transaction. The significance value of 0.001 ± 0.05 is calculated for the t table, which is 8.443 ± 1.985 . F-count shows that the independent and dependent variables in this study have a strong relationship

Key words: broiler chicken meat, consumers, purchasing decisions.

Cara Mengutip:

Zet, S. D., Suroto, K. S., dan Murti, A. T. (2025). Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler di Jawa Timur. *Agriekstensia*, 24 (1), 59-66. <https://doi.org/10.34145/agriekstensia.v24i1.3588>.

PENDAHULUAN

Permintaan hasil ternak daging ayam sebagai sumber protein hewani semakin meningkat, hal ini dikarenakan peningkatan jumlah penduduk mempengaruhi pendapatan dan kesadaran akan gizi. Kebutuhan daging ayam setiap tahun mengalami peningkatan, karena harga yang terjangkau di semua kalangan masyarakat. Kebutuhan daging ayam secara nasional mencapai 11,5 kg/kapita/tahun pada tahun 2018 (Apriliani et al., 2020; Fauzi et al., 2018; Suharto et al., 2020).

Salah satu makanan yang populer dan menyehatkan adalah daging ayam, yang merupakan sumber protein yang baik. Hidangan ini dapat dikonsumsi sebagai sumber protein hampir di setiap tingkat peradaban. Hal ini disebabkan kemudahan penanganan dan perolehan daging ayam. Selain itu, permintaan terhadap daging ayam juga semakin meningkat dari tahun ke tahun karena merupakan makanan yang wajib dan populer. Keunggulan penggunaan daging ayam dalam masakan membuatnya cukup populer di kalangan masyarakat umum. Konsumen sering kali sangat pilih-pilih mengenai apa yang mereka makan, mustahil untuk memisahkan tingginya permintaan daging broiler dari produksi besar-besaran unggas broiler.

Populasi ayam broiler terbesar di Jawa Timur mencapai 625,11 juta ekor pada tahun 2021 dan 2022 atau setara dengan 19,73% dari keseluruhan populasi ayam, menurut data BPS Provinsi Jawa Timur yang juga menunjukkan output daging ayam broiler dan bebek. Jenis daging domestik, kota Surabaya memproduksi daging ayam broiler pada tahun 2018 sebanyak 1.269.640 ton, menurut data BPS Jatim tahun 2019. Kabupaten Kediri, konsumsi daging broiler cukup tinggi pada tahun 2018 memproduksi 10.025.848 ton per tahun, sedangkan Kota Blitar memproduksi 768.754 ton per tahun.

Pasar adalah tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung terhadap penjualan barang kebutuhan pokok.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses di mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, kemudian memilih satu atau lebih alternatif berdasarkan sejumlah pertimbangan tertentu. Proses ini mencerminkan sejauh mana konsumen mengevaluasi manfaat dan risiko yang terkait dengan suatu produk atau jasa sebelum melakukan pembelian. Penilaian konsumen terhadap produk atau jasa akan menggambarkan sikap mereka terhadap produk dan jasa tersebut, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian (Waani et al., 2022). Upaya untuk menghindari risiko tersebut, konsumen melakukan beberapa hal seperti menghindari keputusan pembelian, mengumpulkan informasi dari teman atau media dan perilaku atas produk yang akan dibelinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor ekonomi terhadap keputusan pembelian ayam broiler di Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Metode pengambilan responden menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara spontan kepada konsumen yang melakukan pembelian daging ayam broiler pada waktu tertentu. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. Sebanyak 100 orang responden, yaitu konsumen ayam broiler yang sedang membeli atau pernah melakukan pembelian

daging ayam broiler untuk konsumsi pribadi dan keluarganya. Pengambilan sampel dilakukan pada bulan Agustus sampai bulan September 2024.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan responden berdasarkan kuisisioner yang telah disiapkan dan pengamatan langsung di lapangan. Penggunaan kuisisioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan melalui daftar pertanyaan yang telah disusun sedemikian rupa. Sumber data primer diperoleh dari konsumen daging ayam broiler, sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari literatur dan instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Peternakan, Lembaga Penelitian maupun Universitas sebagai referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kategori responden pada Penelitian ini, berdasarkan jenis kelamin sebagian besar konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia 36-50 tahun. Menurut Chen et al., (2011) hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat pada usia yang sudah berkeluarga atau menikah sehingga keperluan berbelanja untuk memenuhi konsumsi sehari-hari. Selain itu, diperkuat oleh Hardana et al. (2023) bahwa perempuan mendominasi disebabkan karena yang memiliki peran paling besar pada keputusan belanja bulanan adalah perempuan. Tingkat pendidikan didominasi oleh tamatan SMA /SMK, pekerjaan paling banyak sebagai ibu wiraswasta dan ibu rumah tangga. Tingkat konsumsi paling banyak sebesar 1-1,5 kg dan dalam 1 minggu frekuensi pembelian sebanyak 1-3 kali dalam waktu 1 minggu. Pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia secara umum masih didominasi oleh pangan sumber karbohidrat atau pangan nabati

(Batubara & Ariani, 2018; James et al., 2018).

Analisis Faktor

Uji validitas

Uji validitas mengevaluasi seberapa baik suatu alat ukur dapat melakukan tugas mengukur suatu objek. Validitas kuesioner dinilai dengan menggunakan uji validitas. Suatu penelitian dikatakan valid jika definisinya menentukan apa yang diukurnya. Apabila nilai r hitung melebihi r tabel ($P > 0,05$), maka kuesioner dianggap valid. Selain itu, jika nilai r hitung kurang dari 0,05, tabel tersebut dianggap tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh r hitung $> r$ tabel (p -value $> 0,05$) untuk keempat variabel. Nilai r tabel dengan $df=100$ responden adalah 0,1946. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel indikator yang dipertimbangkan dalam penelitian ini dapat diandalkan.

Uji Reliabilitas

Mengetahui bahwa alat pengumpulan data penelitian dapat dipercaya untuk menyampaikan informasi yang akurat di lapangan disebut pengetahuan. Reliabilitas merupakan suatu metode penilaian suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikasi suatu variabel atau konstruk. Jika jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan tetap konstan sepanjang waktu, survei dianggap dapat dipercaya atau diandalkan. "Keandalan tes" mengacu pada tingkat akurasi, konsistensi, prediktabilitas, dan stabilitas tes. Suatu aktivitas yang dapat menimbulkan akibat ketergantungan dianggap dapat dipercaya.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan Cronbach's alpha setiap variabel lebih dari 0,60, semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan dan sesuai untuk mengelola kumpulan data yang besar.

R² atau Koefisien Determinan

Seberapa baik model regresi menggambarkan variasi variabel terikat ditunjukkan dengan koefisien determinasi (R²). Rendahnya nilai Adjusted R² menunjukkan bahwa komponen independen dalam penelitian mempunyai kapasitas yang terbatas dalam menjelaskan Variabel terikat. Hampir semua informasi yang diperlukan untuk suatu variabel prediktor, jika berupa estimasi, disediakan oleh nilai variabel independen.

1. Uji-R untuk statistik

Dikenal juga dengan statistik R, koefisien korelasi (R) mengukur derajat hubungan antara variabel Pendapatan Konsumen (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Jika variabel independen dan dependen berbanding lurus maka nilai R statistiknya positif (0,806 atau 80,6%).

2. Uji statistik yang dikenal dengan R Square

Koefisien determinasi atau R square menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R kuadrat sebesar 0,650 atau 65,0%. Angka antara 0 dan 1 mewakili nilai R-kuadrat; semakin tinggi nilainya, semakin baik.

3. Uji Adjusted R Square Statistik

Pendapatan konsumen (X1), harga (X2), dan lokasi pembelian (X3) semuanya mempunyai pengaruh sebesar 63,9%, berdasarkan temuan uji koefisien determinasi (R²). Sisanya sebesar 36,1% disebabkan oleh variabel tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F menunjukkan bahwa model tersebut kekurangan variabel independen meskipun mempengaruhi variabel keterlibatan. Jika nilai uji F kurang dari 0,05 yang berarti variabel independen dan dependen terkena dampak secara bersamaan, maka diabaikan.

Tabel F selanjutnya dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut: Dengan n mewakili jumlah sampel dan k mewakili jumlah variabel independen, maka rumusnya adalah $F(k; n-k-1)$. Oleh karena itu F tabel pada penelitian ini adalah $F(3; 100-3-1) = F(3; 96)$. 3,09 merupakan nilai f tabel.

Pengaruh Pendapatan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) secara simultan terhadap Y mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. F tabel adalah 3,09 dan nilai F hitung, atau F-statistika, adalah 59.389. Berdasarkan data tersebut disimpulkan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ sehingga terjadi penolakan H₀ dan penerimaan H₁. memiliki dampak besar pada apa yang orang putuskan untuk dibeli (Y). Hal ini menunjukkan diterima atau tidaknya teori yang dikemukakan.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memulai atau menghentikan perubahan suatu variabel yang diperlukan ketika dua atau lebih variabel independen dimodifikasi. Oleh karena itu, analisis regresi berganda digunakan jika terdapat dua atau lebih variabel independen. Ini digunakan untuk mengevaluasi atau memprediksi bagaimana perubahan dua atau lebih variabel independen akan mempengaruhi variabel dependen. Oleh karena itu, jika terdapat dua atau lebih variabel independen maka digunakan analisis regresi berganda.

Tabel 5 Uji Regresi Berganda

Sumber : Data Primer Diolah 2024

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$
$$Y = 8.802 + 0.061X_1 + 0.076X_2 + 0.177X_3 + e$$

Hasil uji regresi berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.:

- a. Karena nilai skor independen (pendapatan konsumen, harga, dan lokasi pembelian) sama dengan nol, maka nilai konstanta sebesar 8,802 menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian daging ayam broiler di Jawa Timur sebesar 8,802.
- b. Dengan nilai beta atau koefisien regresi sebesar 0,061 maka variabel pendapatan konsumen (X1) menunjukkan bahwa pendapatan konsumen mempengaruhi pembelian secara menguntungkan. Mengingat tidak ada faktor lain yang diperhatikan dalam penelitian ini, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan dalam salah satu indikator pendapatan konsumen akan memiliki dampak 0,061 pada keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi sebesar 0,076, atau nilai beta variabel harga (X2), menunjukkan bahwa harga mempengaruhi pembelian dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diperhitungkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, akan terjadi peningkatan pengaruh setiap kenaikan satuan variabel harga sebesar 0,076 terhadap keputusan pembelian.
- d. Koefisien regresi atau nilai beta variabel lokasi perbelanjaan (X3) adalah 0,177 dengan asumsi tidak ada faktor lain yang dipertimbangkan dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa tempat pembelian memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, keputusan pembelian dipengaruhi oleh 0,177 untuk setiap kenaikan satu unit pada variabel "lokasi belanja".

Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik T)

Perkirakan nilai t masing-masing koefisien regresi pada tingkat signifikansi tertentu, khususnya tingkat kepercayaan 95% atau ($\alpha = 0,05$). n = jumlah sampel. Menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan relevansi pengukuran variabel tersebut. Banyaknya variabel bebas

dilambangkan dengan K . Nilai t tabel sebesar 1,985 yang dapat dihitung dengan rumus $df = (n-k-1) = 96$.

Hipotesis yang menyatakan bahwa variabel ini tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel lain diterima jika signifikansi t lebih besar dari 0,05. Sebaliknya H_0 ditolak jika signifikansinya kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen saling berhubungan.

Besar kemungkinan variabel pendapatan konsumen (X1) memberikan temuan yang signifikan jika $7,874 > 1,985$ atau $0,001 < 0 > t$ tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan konsumen berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian yang terlihat dari penerimaan H_a dan penolakan H_0 . Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung membeli ayam ketika pendapatannya lebih tinggi.

Dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak karena variabel harga (X2) mempunyai probabilitas hasil yang signifikan sebesar $0,001 < 0 > t$ tabel atau $3,862 > 1,985$. Hal ini menunjukkan seberapa besar pengaruh faktor harga dalam memilih suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian. Signifikansi probabilitas variabel lokasi belanja (X3) signifikan jika $0,001 < 0 > t$ tabel, atau $8,443 > 1,985$.

Dapat dikatakan bahwa variabel lokasi pembelian mempengaruhi variabel pilihan pembelian karena variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan; maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, masyarakat lebih cenderung memilih membeli ayam ketika mereka berada di lingkungan belanja yang berkualitas tinggi.

Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh pendapatan konsumen. Nilai signifikansi prediksi ini adalah $0,001 <$

$0 > t$ Tabel 7,874 > 1,985. Akibatnya H_0 ditolak dan H_a tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Jawa Timur dalam membeli ayam broiler.

Pendapatan seseorang merupakan faktor utama dalam menentukan berapa banyak barang atau jasa yang dapat dibelinya. Seseorang lebih cenderung membeli produk seperti daging ayam broiler jika mempunyai pendapatan yang lebih tinggi. Pada sisi lain, seseorang dengan uang lebih sedikit mungkin lebih pilih-pilih dan mencari barang yang lebih murah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Jawa Timur lebih cenderung memilih membeli daging ayam broiler jika pendapatan bulanan, pekerjaan, dan tanggung jawab keluarga lebih tinggi.

Penelitian ini mendukung penelitian Andreanto et al., (2022) yang menemukan bahwa pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan hewan, perilaku konsumsi daging ayam pedaging juga akan meningkat.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian masyarakat sangat dipengaruhi oleh harga. Dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,862 > 1,985$ maka hal ini sudah diharapkan. Dengan demikian, H_0 disetujui dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa harga berperan dalam pilihan konsumen Jawa Timur dalam membeli daging ayam broiler. Mengingat hasil koefisien regresi menunjukkan tanda positif, maka dapat dikatakan pembeli akan lebih besar kemungkinannya untuk membeli barang yang ditawarkan jika harganya ditetapkan dengan tepat; dengan kata lain, semakin kompetitif, masuk akal, dan sesuai harga, semakin besar kemungkinan pelanggan akan membeli.

Secara keseluruhan, harga memegang peranan sentral dalam keputusan pembelian daging broiler. Konsumen cenderung memilih produk sesuai dengan anggarannya dan memeriksa apakah harganya sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Fluktuasi harga dapat menyebabkan konsumen menyesuaikan kebiasaan belanjanya, memilih alternatif yang lebih murah, atau mencari promosi yang lebih menguntungkan.

Lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan secara signifikan dan menguntungkan, serta berdampak positif terhadap konservasi. Adapun harga memiliki dampak besar dan positif terhadap keputusan orang untuk membeli. Philip Kotler dan Gary Armstrong menegaskan bahwa harga merupakan penentu utama pilihan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan pada Gunarsih, et al., (2021) bahwa penetapan harga secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi pilihan konsumen. Dalam penilaiannya, Imam Septiawan menekankan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian dipengaruhi oleh faktor geografis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik bagi pelaku usaha maupun pembuat kebijakan. Pasar perlu memperhatikan strategi penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong keputusan pembelian, mempertimbangkan faktor geografis dalam menyusun strategi pemasaran menjadi krusial, karena preferensi dan perilaku konsumen dapat bervariasi antar wilayah. Hal ini mendorong perlunya pendekatan pemasaran yang lebih personal dan lokal, seperti penyesuaian harga, promosi, atau distribusi sesuai dengan karakteristik wilayah tertentu.

Pengaruh Lokasi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian

Tempat pembelian mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap

pemilihan produk yang akan dibeli. Nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $8,443 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,001 < .$ Basis dalam hal ini adalah $0,05$. Diterima H_a dan ditolak H_0 menunjukkan bahwa di Jawa Timur tempat pembelian mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ayam broiler. produk atau jasa disebut dengan lokasi pembelian. Kenyamanan, biaya, kualitas produk, dan aksesibilitas terhadap barang dan jasa semuanya dipengaruhi oleh lokasi ini, sehingga berdampak besar pada keputusan pembelian.

Lokasi dimana pelanggan membeli produk atau jasa dikenal sebagai tempat pembelian. Kenyamanan, biaya, kualitas produk, dan aksesibilitas terhadap barang dan jasa semuanya dipengaruhi oleh lokasi ini, sehingga berdampak besar pada keputusan pembelian.

Studi ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi berperan strategis dalam mendorong keputusan konsumen. Faktor geografis memberikan dampak positif terhadap perilaku pembelian. Sementara itu, Imam Septiawan berpendapat bahwa faktor geografis secara tidak langsung memengaruhi variabel-variabel terkait perilaku konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga memperluas pemahaman tentang pentingnya lokasi dalam konteks pemasaran lokal. Implikasi praktis dari penelitian ini menyoroti perlunya pelaku usaha untuk mempertimbangkan aspek geografis secara lebih strategis dalam penentuan lokasi bisnis, segmentasi pasar, serta penyusunan strategi distribusi dan promosi berbasis wilayah.

KESIMPULAN

Keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh lokasi pembelian. Konsumen

secara tidak langsung membutuhkan lokasi untuk pembelian daging ayam broiler dengan pertimbangan kenyamanan dan kemudahan akses terhadap produk daging dan layanan. Konsumen juga lebih memilih lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal konsumen dan membeli daging ayam secara langsung karena bisa terjadinya proses tawar menawar.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis, disarankan agar konsumen lebih bijak dalam mempertimbangkan faktor ekonomi seperti harga, pendapatan, dan preferensi saat melakukan pembelian, baik di pasar tradisional maupun pasar modern. Pelaku usaha dan pedagang, baik di pasar tradisional maupun modern, dapat memahami pola perilaku konsumen berdasarkan kondisi ekonomi, sehingga mereka dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk mengembangkan studi lebih lanjut dalam bidang perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pembelian produk pangan seperti daging ayam broiler, dengan memperluas variabel atau lingkup lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, M. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133–139.
- Andreanto, M. U., Shultoni, dan Safi'i, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Studi Kasus Kelurahan Kuripan Yosorejo). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 43-53.
- Apriliani, F. T., Wibowo, H., Humaedi, S., & Irfan, M. 2020. Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan

- Normal Baru. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 2(2), 133–141.
- Batubara, H. H., & Ariani, D. N. (2018). Implementasi Program Gerakan Literasi Sekolah di Sekolah Dasar Negeri Gugus Sungai Miai Banjarmasin. *JPsd (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 4(1), 15–29.
- Chen, C.-Y., Yeh, K.-L., Aisyah, R., Lee, D.-J., & Chang, J.-S. (2011). Cultivation, photobioreactor design and harvesting of microalgae for biodiesel production: a critical review. *Bioresource Technology*, 102(1), 71–81.
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. 2018. Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5–11.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A.F., dan Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hardana, A., Sitompul, R. H., dan Khairani, D. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam di Pasar Inpres Kota Padang Sidempuan Selama Pandemi Covid-19. *Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik (SEKP)*. 2(1), 49-58. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i1.1665>
- James, S. L., Abate, D., Abate, K. H., Abay, S. M., Abbafati, C., Abbasi, N., Abbastabar, H., AbdAllah, F., Abdela, J., & Abdelalim, A. (2018). Global, regional, and national incidence, prevalence, and years lived with disability for 354 diseases and injuries for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 392(10159), 1789–1858.
- Suharto, M., Wibowo, A. A., & Suharti, P. H. 2020. Optimasi Pemurnian Etanol dengan Distilasi Ekstraktif Menggunakan ChemCAD. *Jurnal Teknologi Separasi*, 6(1), 1–7.
- Waani, N. C., Mangantar, M., dan Uhing Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian *Niu Green Tea* dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, 10(1), 1004-1013.