

# **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI PASAR TRADISIONAL KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**NINDI RAHMAH UMayROH**

## **Ringkasan**

Daging ayam broiler adalah satu di antara sumber nutrisi hewani komoditas peternakan di Kota Bandar Lampung. Konsumen lebih memilih pasar tradisional sebagai tempat pembelian daging ayam broiler karena memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki pasar modern. Produsen dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen perlu mengetahui karakteristik konsumen serta tingkat preferensi terhadap daging ayam broiler dengan mencermati atribut daging sebagai pertimbangan ketika pengambilan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini yakni 1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung, 2) Menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung, 3) Menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. Penelitian dikerjakan di pasar tradisional Kota Bandar Lampung mencakup Pasar Tugu, Pasar Way Halim, Pasar Tamin, dan Pasar Pasir Gintung. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara, observasi, pencatatan, serta kuesioner. Metode penarikan sampel memakai *Cluster Random Sampling* dengan total sampel sejumlah 52 responden. Metode analisis data memakai analisis deskriptif dan multiatribut *fishbein*. Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Karakteristik konsumen daging ayam broiler berumur 41-50 tahun (61,5%), semua konsumen berjenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan konsumen SMA (51,9%), pekerjaan konsumen pedagang kelontong (36,5%), jumlah pendapatan konsumen Rp2.000.000,00-Rp5.000.000,00 per bulan (57,7%), jumlah tanggungan keluarga konsumen 3-4 orang (53,8%), jumlah pembelian konsumen sebanyak 3-4 kg per bulan (46,2%), dan gaya hidup (*lifestyle*) konsumen terhadap daging ayam broiler berorientasi pada nilai (92,3%). 2) Tingkat preferensi konsumen dengan nilai sikap tertinggi 13,92 menunjukkan sikap sangat positif terhadap atribut harga terjangkau (H1) yang berarti atribut harga terjangkau (H1) mendorong konsumen pada sikap yang paling menunjukkan keinginan konsumen guna berbelanja daging ayam broiler. 3) Langkah-langkah dalam proses pengambilan penentuan untuk berbelanja terdiri dari identifikasi kebutuhan, menggali informasi, penilaian alternatif, keputusan untuk membeli, serta evaluasi setelah transaksi.