

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

**(Laporan Tugas Akhir)**

**Oleh:**

**Nindi Rahmah Umayroh**

**NPM 20751019**



**POLITEKNIK NEGERI LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

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

**Oleh:**

**Nindi Rahmah Umayroh  
NPM 20751019**

**Laporan Tugas Akhir**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P)  
pada  
Jurusan Ekonomi dan Bisnis



**POLITEKNIK NEGERI LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

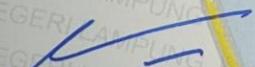
## HALAMAN PENGESAHAN

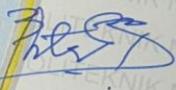
1. Judul Tugas Akhir : Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung
2. Nama Mahasiswa : Nindi Rahmah Umayroh
3. Nomor Pokok Mahasiswa : 20751019
4. Program Studi : Pengelolaan Agribisnis
5. Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

  
Luluk Irawati, S.P., M.T.A.  
NIP 197904122009122001

  
Ir. Bina Unteawati, M.P.  
NIP 196309121989032001

Ketua Jurusan  
Ekonomi dan Bisnis,

  
Arif Makhsum, S.E., M.S.Ak.  
NIP 197503102006041002

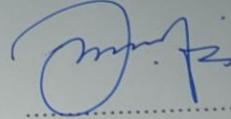
Tanggal Ujian: 11 September 2024

## HALAMAN PERSETUJUAN

1. Tim Penguji

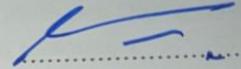
Penguji I

Muhammad Zaini, S.P., M.P.



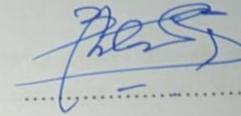
Penguji II

Luluk Irawati, S.P., M.T.A.



Penguji III

Ir. Bina Unteawati, M.P.



2. Ketua Jurusan  
Teknik  
Ekonomi dan Bisnis



Arif Makhsum, S.E., M.S.Ak.  
NIP 197503102006041002

## SURAT PERNYATAAN

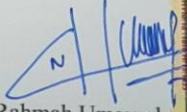
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nindi Rahmah Umayroh  
NPM : 20751019  
Program Studi : Pengelolaan Agribisnis  
Judul Tugas Akhir : Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tugas Akhir/Artikel Ilmiah ini berdasarkan hasil penulisan, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan tugas akhir maupun data yang tercantum dalam tugas akhir ini. Jika terdapat karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hasil plagiarism dari pihak lain, kekeliruan, penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka hal tersebut menjadi tanggung jawab saya secara pribadi dan saya akan melepaskan seluruh tuntutan terhadap Politeknik Negeri Lampung dan Para Pembimbing yang namanya tercantum dalam Tugas Akhir atau Artikel Ilmiah ini. Dan saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Politeknik Negeri Lampung.

Bandar Lampung, 30 September 2024  
Yang membuat pernyataan

  
Nindi Rahmah Umayroh



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Karya kecil ini kupersembahkan kepada:**

Ayahanda Zulfahmi dan ibunda Ratna Wati sebagai rasa terima kasih karena telah senantiasanya berdoa dan mencurahkan keringat untuk keberhasilanku

Saudaraku Amanda Rahmah Umayroh, Ahlan Niqul Maulana, dan Muhammad Fattaqullahi Qolbi atas kasih sayang dan dukungannya

Almamater tercinta

Politeknik Negeri Lampung khususnya Pogram Studi Pengelolaan Agribisnis yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu

## **MOTTO**

Kebaikan yang kamu perbuat akan kembali pada dirimu sendiri  
(Q.S Al-Isra': 7)

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan  
(Q.S Al-Insyirah: 6)

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu  
(Umar bin Kattab)

# **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 keputusan untuk berbelanja terdiri dari identifikasi kebutuhan, menggali informasi, penilaian alternatif, keputusan untuk membeli, serta evaluasi setelah transaksi.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Nindi Rahmah Umayroh, dilahirkan di Lubuk Sikaping pada tanggal 02 November 2001. Penulis merupakan anak pertama dari bapak Zulfahmi dan ibu Ratna Wati dari empat bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Jorong II Pasar Rao, Kelurahan Taruang-Taruang, Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatera Barat.

Penulis menempuh pendidikan pertama di TK PGRI pada tahun 2006 dan melanjutkan pendidikan di SD Negeri 01 Tarung-Tarung pada tahun 2008. Penulis menempuh pendidikan selanjutnya di MTs Negeri 02 Pasaman pada tahun 2014 dan melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Rao pada tahun 2017. Penulis diterima menjadi mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Program Studi Pengelolaan Agribisnis di Politeknik Negeri Lampung melalui Seleksi Bersama Masuk Politeknik Negeri (SBMPN) pada tahun 2020.

Penulis mendapatkan pengalaman selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Lampung, baik di bidang akademik maupun non akademik. Pengalaman penulis selama menjadi mahasiswa aktif sebagai Ketua Umum Unit Kegiatan Mahasiswa Garis Terdepan Kedisiplinan (UKM Garda Kedisiplinan) Politeknik Negeri Lampung pada tahun 2022-2023. Penulis pernah mengikuti Praktik Kerja Nyata (PKN) di Desa Hurun, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran serta pernah magang dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Sayurbox Hub Cipanas Desa Cibodas, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat pada tahun 2023.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung”. Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pertanian. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Luluk Irawati, S.P., M.T.A., selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir.
2. Ir. Bina Unteawati, M.P., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir.
3. Muhammad Zaini, S.P., M.P., selaku dosen penguji sekaligus dosen wali yang telah memberikan masukan dalam penyusunan tugas akhir serta memberikan arahan dan nasihat kepada penulis.
4. Nuni Anggraini, S.P., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Agribisnis yang bertanggung jawab dalam kegiatan pendidikan, penelitian, dan menentukan dosen pembimbing tugas akhir penulis.
5. Arif Makhsun, S.E., M.S.Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis yang bertanggung jawab dalam kelancaran dan ketertiban jurusan.
6. Bapak/ibu dosen Program Studi Pengelolaan Agribisnis yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Pengelolaan Agribisnis Angkatan 2020, khususnya Devi Putriyani, Ketlin Asta Caroline, dan Suci Berliana yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Responden penelitian yang telah membantu dalam memberikan informasi terkait penelitian penulis.

Bandar Lampung, 11 September 2024

Nindi Rahmah Umayroh

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan.....	6
1.3. Kerangka Pemikiran .....	6
1.4. Kontribusi.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Aspek Sosial Ekonomi Ayam Broiler .....	10
2.2. Karakteristik Konsumen.....	10
2.3. Preferensi Konsumen .....	12
2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.5. Atribut Produk.....	14
2.6. Multiatribut <i>Fishbein</i> .....	15
2.7. Penelitian Terdahulu.....	16
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Tugas Akhir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4. Metode Penarikan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5. Metode Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1. Analisis deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2. Uji validitas dan reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.5.3.	Analisis multiatribut <i>fishbein</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
		<b>Halaman</b>
3.6.	Definisi Operasional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.	Keadaan wilayah Kota Bandar Lampung .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.	Keadaan pasar daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.	Karakteristik Konsumen Daging Ayam Broiler ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.	Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Daging Ayam Broiler ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.	Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	LAMPIRAN .....	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Perbandingan kandungan gizi pada daging ayam broiler, ayam kampung, dan sapi per 100 gram .....	1
2. Jumlah produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung pada Tahun 2021-2023.....	2
3. Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung .....	3
4. Fluktuasi harga daging ayam broiler, ayam kampung, dan sapi di Kota Bandar Lampung Tahun 2024 .....	4
5. Kajian penelitian terdahulu .....	17
6. Karakteristik konsumen berdasarkan umur.....	31
7. Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan.....	32
8. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan .....	33
9. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan.....	33
10. Karakteristik konsumen berdasarkan jumlah tanggungan keluarga .....	34
11. Karakteristik konsumen berdasarkan jumlah pembelian .....	35
12. Karakteristik konsumen berdasarkan gaya hidup ( <i>lifestyle</i> ) .....	35
13. Tingkat kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) konsumen terhadap atribut daging ayam broiler .....	36
14. Kategori tingkat kepercayaan (bi) atribut daging ayam broiler .....	37
15. Kategori tingkat evaluasi (ei) atribut daging ayam broiler .....	38
16. Kategori sikap konsumen terhadap atribut daging ayam broiler .....	39
17. Tahap pengenalan kebutuhan konsumen daging ayam broiler.....	41
18. Tahap pencarian informasi konsumen daging ayam broiler .....	42
19. Tahap evaluasi alternatif konsumen daging ayam broiler .....	42

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
20. Tahap keputusan pembelian daging ayam broiler.....	43
21. Tahap evaluasi pasca pembelian daging ayam broiler.....	44

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka pemikiran analisis preferensi konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung .....	8
2. Proses pengambilan keputusan pembelian.....	13
3. Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian .....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Data karakteristik responden.....	51
2. Data hasil kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) .....	53
3. Data uji validitas dan reliabilitas kepercayaan (bi).....	55
4. Data uji validitas dan reliabilitas evaluasi (ei).....	58
5. Hasil skala interval.....	61
6. Peta letak geografis lokasi penelitian.....	62
7. Gambar lokasi Penelitian .....	63
8. Bukti sbmit jurnal dan plagiasi Tugas Akhir .....	64

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Peternakan yakni satu di antara komponen penting dalam sektor pertanian yang mempunyai peranan dalam pembangunan sumber daya manusia, yaitu sebagai penyedia protein hewani berupa susu, daging, serta telur yang kaya akan nutrisi, sehingga mampu melengkapi atau mencukupi kebutuhan nutrisi masyarakat (Sianturi *et al.*, 2020). Konsumsi terbesar di Indonesia untuk komoditas ternak jatuh pada ayam broiler yang sangat disukai oleh masyarakat (Fauzi & Wijaya, 2021). Ayam broiler merupakan jenis ayam unggulan hasil persilangan dari sejumlah ras unggas yang terkenal sebab tingkat produksinya yang tinggi, khususnya dalam menghasilkan daging (Wahyudi, 2023).

Daging ayam broiler adalah satu di antara sumber bahan pangan hewani yang berperan membantu kelancaran proses metabolisme di dalam tubuh (Hanni *et al.*, 2022). Jumlah kandungan gizi pada daging ayam broiler berbeda dengan daging ayam kampung dan daging sapi. Perbandingan kandungan nutrisi pada daging ayam broiler, sapi, serta ayam kampung per 100 gram bisa diamati pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan kandungan gizi pada daging ayam broiler, ayam kampung, dan sapi per 100 gram

No.	Kandungan gizi	Jumlah kandungan daging/100 gram		
		Ayam broiler	Ayam kampung	Sapi
1.	Kalori (Kkal)	295,00	246,00	273,00
2.	Protein (g)	37,00	37,90	18,80
3.	Lemak (g)	14,70	9,00	22,00

Sumber: Tunas, 2021.

Tabel 1 membuktikan bahwa daging ayam broiler mengandung kalori tertinggi dibandingkan dengan daging ayam kampung serta daging sapi. Daging ayam broiler mempunyai kadar protein lebih rendah daripada daging ayam kampung, tetapi lebih tinggi daripada daging sapi. Daging ayam broiler juga memiliki kandungan lemak lebih tinggi daripada daging ayam kampung, tetapi lebih rendah daripada daging sapi. Kandungan gizi pada daging ayam broiler

menunjukkan bahwa daging ayam broiler menjadi aspek utama dalam pertumbuhan gizi konsumen.

Letak geografis Provinsi Lampung yang strategis menjadikannya kawasan perdagangan yang menjanjikan, termasuk dalam distribusi daging ayam broiler (Sijabat, 2021). Jumlah produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung pada Tahun 2021-2024 bisa diamati pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung pada Tahun 2021-2023

<b>Tahun</b>	<b>Produksi daging ayam broiler (Ton)</b>	<b>Persentase tingkat produksi (%)</b>
2021	92.935,44	-
2022	123.197,57	32,56
2023	118.389,00	-0,04

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024.

Tabel 2 menunjukkan produksi tertinggi daging ayam broiler terjadi pada tahun 2022 yaitu sebesar 32,56% dari tahun 2021. Jumlah produksi daging ayam broiler kemudian kembali menurun sebesar 0,04% pada tahun 2023. Perubahan tingkat produksi daging ayam broiler sangat berpengaruh pada permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler dan level kepuasan konsumen dalam mengonsumsi daging ayam broiler.

Bandar Lampung merupakan ibu kota Provinsi Lampung yang berperan sebagai pusat perekonomian dengan luas wilayah 169,21 km<sup>2</sup>, dan total populasi sebanyak 1.214,33 ribu jiwa pada tahun 2024 (BPS, 2024). Bandar Lampung menjadi satu di antara pusat perdagangan daging ayam broiler di Provinsi Lampung. Daging ayam broiler mudah dijumpai karena dijual di berbagai pasar di Kota Bandar Lampung, mulai dari pasar modern hingga pasar tradisional.

Pasar tradisional yaitu tempat penjualan daging ayam broiler sebagai pilihan utama dalam proses tawar-menawar yang dilakukan secara langsung (Jannah, 2022). Ada 96 pasar tradisional yang terdapat di 15 kabupaten/kota di Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung mempunyai total pasar tradisional terbanyak di provinsi Lampung, yaitu 31 pasar tradisional (BPS, 2016). Kehadiran pasar tradisional yang semakin banyak di Bandar Lampung mendorong peningkatan jumlah pedagang daging ayam broiler, sehingga

konsumen lebih mudah menemukan daging ayam broiler. Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung bisa diamati pada Tabel 3.

Tabel 3. Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung

<b>No</b>	<b>Nama pasar</b>	<b>Lokasi</b>
1.	Pasar Bawah	Jl. Pemuda, Tanjung Kranag Pusat
2.	Pasar Tugu	Jl. Hayam Wuruk, Tanjung Karang Timur
3.	Pasar Way Halim	Jl. Rajabasa Raya, Kedaton
4.	Pasar Baru/ SMEP	Jl. Batu Sangkar, Tanjung Karang Pusat
5.	Pasar Pasir Gintung	Jl. Pisang, Tanjung Karang Pusat
6.	Pasar Tamin	Jl. Tamin, Tanjung Karang Pusat
7.	Pasar Gudang Lelang	Jl. Ikan Bawal, Teluk Betung Selatan
8.	Pasar Cimeng	Jl. Hasyim Ashari, Teluk Betung Selatan
9.	Pasar Ambon	Jl. RE. Martadinata, Teluk Betung Selatan
10.	Pasar Kangkung	Jl. Hasanuddin, Teluk Betung Selatan
11.	Pasar Panjang	Jl. Yos Sudarso, Panjang
12.	Pasar Tani	Jl. Melati, Kemiling
13.	Pasar Terminal Kemiling	Jl. Imam Bonjol, Kemiling
14.	Pasar Bambu Kuning	Jl. Bukit Tinggi, Tanjung Karang Pusat
15.	Pasar Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang
16.	Pasar Rajabasa	Jl. Kapten Abdul Haq, Rajabasa
17.	Pasar Korpri	Perum. Korpri, Sukarame
18.	Pasar Untung	Jl. Untung, Labuhan Ratu
19.	Pasar Koga	Jl. Teuku Umar, Kedaton
20.	Pasar Perum Batara Unila	Jl. Kapten Abdul Haq
21.	Pasar Tempel Way Halim	Lingkungan IV Perum Way Halim
22.	Pasar Labuhan Dalam	Jl. Ki Madja, Kedaton
23.	Pasar Tempel Immanuel	Jl. Untung Surapati, Sukarame
24.	Pasar Tempel Gotong Royong	Jl. Wolter Monginsidi
25.	Pasar Tempel Besi Tua	Jl. Sukarno Hatta
26.	Pasar Tempel Terminal Rajabasa	Jl. Kapten Abdul Haq, Rajabasa
27.	Pasar tempel Way Dadi	Jl. Pembangunan, Sukarame
28.	Pasar Tempel Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang
29.	Pasar Tempel Pulau Damar	Jl. Pulau Damar, Sukarame
30.	Pasar Tempel Stasiun	Jl. Untung Surapati, Labuhan Ratu
31.	Pasar Tempel Cahaya	Jl. Urip Sumoharjo, Way Halim

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016.

Pasar tradisional menjadi opsi utama konsumen dalam membeli daging ayam broiler sebab mempunyai beberapa keunggulan yang tidak dimiliki pasar modern, yaitu dapat melakukan tawar menawar antara penjual dan pembeli, produk yang dijual segar dan konsumen dapat meminta ukuran potongan dan bagian daging yang diinginkan kepada penjual sesuai selera konsumen. Produk

yang dijual pada pasar tradisional juga cenderung lebih murah berbanding dengan produk yang dijual di pasar modern (Dewi *et al.*, 2022).

Daging ayam broiler lebih diminati oleh masyarakat, sebab selain mengandung nutrisi, daging ayam broiler memiliki tekstur kenyal yang mudah diolah. Harga juga menjadi faktor utama yang membuat masyarakat lebih memilih untuk mengonsumsi daging ayam broiler (Safitri & Dewi, 2023). Daging ayam broiler mempunyai tarif yang jauh lebih murah berbanding dengan daging sapi atau daging ayam kampung. Fluktuasi harga daging ayam broiler, ayam kampung, serta sapi di Kota Bandar Lampung bisa diamati pada Tabel 4.

Tabel 4. Fluktuasi harga daging ayam broiler, ayam kampung, dan sapi di Kota Bandar Lampung Tahun 2024

No.	Jenis daging	Harga Tahun 2024 (Rp/Kg)				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Ayam Broiler	30.000	30.000	32.000	40.000	32.000
2.	Ayam Kampung	60.000	55.000	60.000	75.000	60.000
3.	Sapi	135.000	135.000	140.000	160.000	140.000

Sumber: Hasil Survei, 2024.

Tabel 4 menunjukkan bahwa harga daging mengalami fluktuasi selama bulan Januari sampai bulan Mei pada tahun 2024. Fluktuasi harga daging bisa dipicu oleh sejumlah hal, salah satunya sebab mendekati hari-hari besar. Harga daging pada bulan April mengalami kenaikan, karena mendekati lebaran dan kembali mengalami penurunan pada bulan Mei 2024. Daging ayam broiler biasanya lebih murah harganya ketimbang daging sapi atau ayam kampung. Daging ayam broiler meskipun mempunyai harga yang lebih rendah, namun daging ayam broiler tetap memiliki gizi tinggi. Hal ini membuat konsumen di Kota Bandar Lampung lebih berminat untuk membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler.

Produsen dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen perlu memahami preferensi konsumen untuk menentukan ketertarikan terhadap suatu produk. Konsumen mengandalkan ekspektasinya pada informasi yang diterima mengenai produk dan mengamati ciri-ciri fisik (atribut) produk sebagai pertimbangan dan pengambilan keputusan pembelian. Rasa ketidakpuasan timbul apabila produk tidak

sesuai dengan selera, namun kepuasan akan dirasakan apabila produk memenuhi ekspektasi (Ayu *et al.*, 2020). Atribut yang diinginkan pada daging ayam broiler yaitu warna, tekstur, bagian daging, dan harga.

Tindakan konsumen dapat memengaruhi keputusan mengenai suatu produk. Perilaku konsumen mencakup keterlibatan langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menggunakan produk serta jasa, termasuk Rangkaian penentuan yang dibuat sebelum dan setelah suatu tindakan dilaksanakan (Faiqoh *et al.*, 2023). Karakteristik yang berbeda-beda di antara konsumen menyebabkan variasi dalam keputusan pembelian yang diambil. Karakteristik konsumen akan dipengaruhi oleh atribut pada suatu produk atau sebaliknya yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian. Karakteristik konsumen mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, total tanggungan, jumlah pembelian, serta gaya hidup (*lifestyle*) (Wahyudi, 2023).

Ketertarikan konsumen terhadap daging ayam broiler yakni pilihan suka atau tidak yang diambil oleh individu terhadap produk tersebut (Nursamsi, 2022). Preferensi konsumen yang selalu berubah dan melekat, membuat pemilihan semua produk tidak dipaksakan melainkan selaras dengan keinginan serta keperluan konsumen yang sebenarnya. Permintaan sumber protein hewani semakin meningkat karena adanya pergeseran preferensi, gaya hidup, dan perekonomian yang terus meningkat (Aisyah, 2023).

Preferensi konsumen menentukan keinginan akan daging ayam yang sesuai. Atribut-atribut yang terdapat pada daging ayam broiler akan selalu menjadi perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk membeli (Nursamsi, 2022). Harga merupakan atribut yang paling krusial ketika pengambilan penentuan transaksi bagi konsumen. (Sutarni *et al.*, 2018). Oleh karena itu, Produsen daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung perlu mengetahui kesukaan konsumen serta memastikan produk yang ditawarkan memenuhi atribut terpenting sebagai preferensi ketika membeli daging ayam broiler.

Sejalan dengan penjelasan di atas, permasalahan yang perlu dikaji pada studi ini yakni:

1. Bagaimana karakteristik konsumen daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung?
3. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung?

### **1.2. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

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.

### **1.3. Kerangka Pemikiran**

Provinsi Lampung terkenal dengan sebutan bumi agribisnis (*Agribusiness Earth*). Salah satu potensi agribisnis yang dimiliki Provinsi Lampung adalah subsektor peternakan. Kota Bandar Lampung menjadi salah satu pusat perekonomian komoditas peternakan, salah satunya adalah ayam broiler. Peningkatan akan kesadaran serta pengetahuan masyarakat akan pentingnya kesehatan, diiringi dengan peralihan sosial ekonomi masyarakat dalam upaya pencapaian pangan bergizi tinggi yang mengakibatkan pola konsumsi berubah.

Daging ayam broiler adalah satu di antara bahan pangan hewani yang mampu mencukupi keperluan protein hewani yang bernilai gizi tinggi (Hanni *et al.*, 2022). Pertimbangan konsumen lebih memilih untuk membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler yang pertama, daging ayam broiler mudah diolah karena tekstur daging yang lembut. Kedua, daging ayam broiler lebih mudah dijumpai di kalangan masyarakat. Ketiga, daging ayam broiler memiliki

harga yang lebih terjangkau, sehingga konsumen tidak ragu untuk memilih membeli daging ayam broiler.

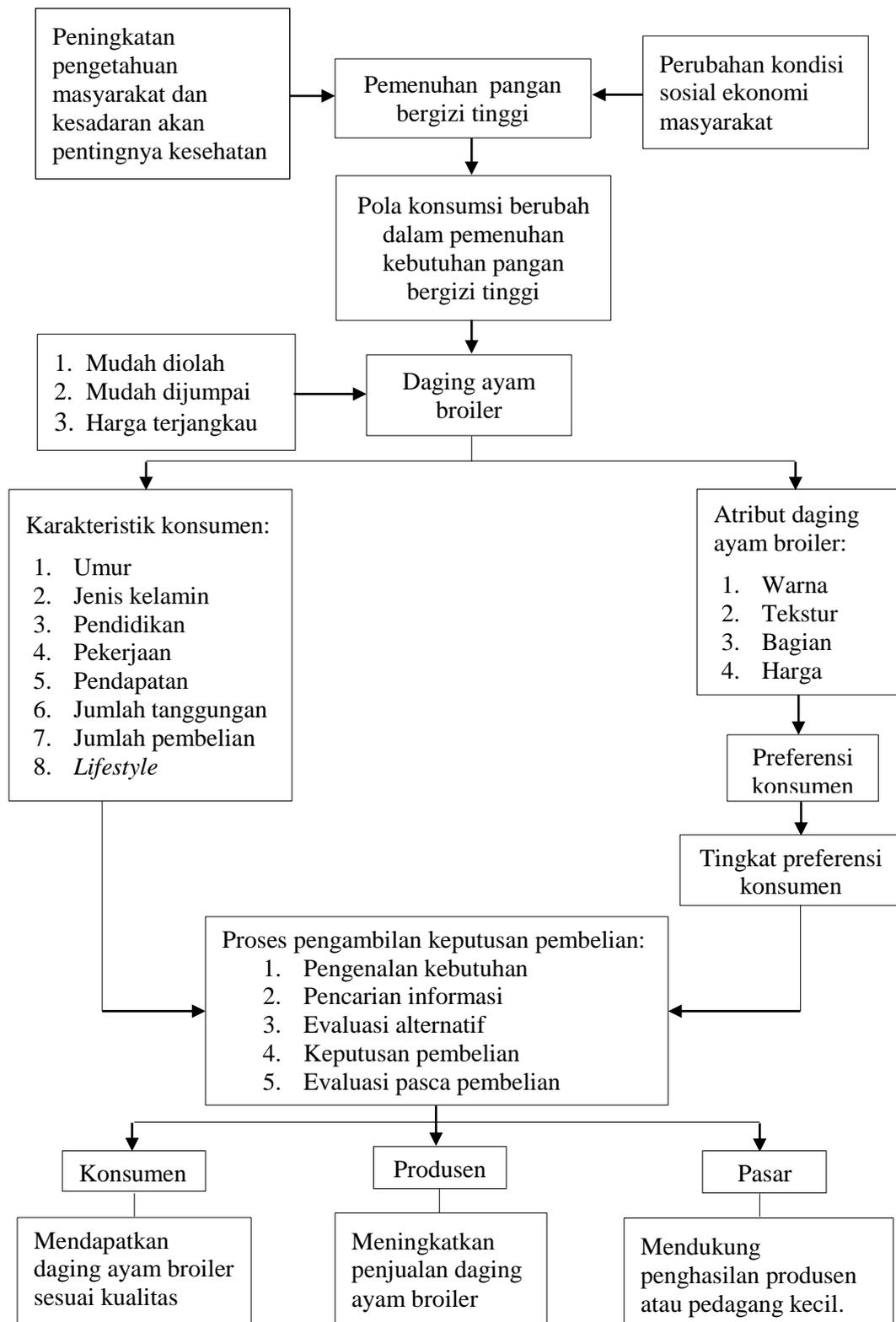
Karakteristik konsumen sangat mempengaruhi persepsi konsumen dalam penentuan pilihan terhadap pembelian daging ayam broiler. Pola konsumsi dapat berubah karena adanya perbedaan kesukaan dan kebutuhan pada setiap konsumen. Masing-masing konsumen memiliki selera yang bervariasi terhadap pembelian suatu produk. Karakteristik konsumen mencakup umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, total tanggungan, pendapatan, jumlah pembelian, serta gaya hidup (*lifestyle*).

Beragam karakteristik yang melekat pada daging ayam broiler menjadi fokus perhatian konsumen. Atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Atribut suatu produk dapat berubah sesuai dengan karakteristik konsumennya. Atribut pada daging ayam broiler mencakup warna, tekstur, bagian daging, dan harga. Mengetahui atribut dengan baik akan membantu produsen memahami preferensi konsumen dan memicu keputusan konsumen guna membeli daging ayam broiler.

Pertimbangan konsumen pada penentuan keputusan terhadap pembelian daging ayam broiler dipengaruhi oleh tingkat preferensi konsumen. Ketika preferensi konsumen terhadap sebuah produk meningkat, keyakinan untuk membeli produk tersebut juga akan semakin kuat. Langkah-langkah dalam proses penentuan pemilihan untuk berbelanja meliputi identifikasi kebutuhan menggali informasi, penilaian alternatif, keputusan untuk membeli, serta evaluasi setelah transaksi.

Konsumen yang paham mengenai atribut daging ayam broiler akan bisa memilih mutu daging ayam broiler yang sehat untuk dikonsumsi. Produsen dapat meningkatkan penjualan daging ayam broiler apabila konsumen puas dengan atribut daging ayam broiler yang menjadi preferensi pembeli. Keputusan konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler juga memberikan manfaat terhadap pasar. Konsumen akan lebih sering membeli daging ayam broiler dipasar, sehingga mendukung penghasilan produsen atau pedagang kecil yang

menjual daging ayam broiler. Penjabaran tersebut bisa diamat pada kerangka pemikiran Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran analisis preferensi konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Bandar Lampung

#### **1.4. Kontribusi**

Temuan penelitian ini diharap mampu memberikan kontribusi antara lain:

1. Bagi pembaca, harapannya mampu dipakai sebagai saran atau referensi perbandingan dalam penelitian yang serupa atau dalam konteks penelitian yang lebih besar.
2. Bagi produsen, harapannya mampu menjadi preferensi dalam mendorong konsumen ketika berbelanja daging ayam broiler di pasar tradisional dan dapat meningkatkan penjualan.
3. Bagi konsumen, diharapkan dapat membantu dalam menentukan daging ayam broiler sesuai dengan mutu dan harga yang diinginkan.
4. Bagi pasar, diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi pedagang kecil khususnya yang menjual daging ayam broiler.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Aspek Sosial Ekonomi Ayam Broiler**

Usaha ternak ayam broiler mampu memberikan kontribusi tinggi dalam pembangunan ekonomi pertanian. Usaha ternak ayam broiler telah melibatkan jutaan orang dalam rantai nilai produksi ayam, mulai dari peternakan, distribusi, hingga pemasaran. Ternak ayam broiler menawarkan keuntungan sebagai produk konsumsi, yang mengakibatkan preferensi masyarakat yang tinggi terhadap daging ayam broiler (Istiqamah *et al.*, 2024).

Dampak dalam aspek sosial ekonomi usaha ayam broiler adalah Membantu meminimalkan angka pengangguran dengan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dalam menjalankan usaha agribisnis peternakan ayam broiler. (Mandala *et al.*, 2023). Usaha agribisnis peternakan ayam broiler juga berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat. Usaha agribisnis peternakan ayam broiler menjual daging sebagai hasil yang nantinya akan dibeli atau dimanfaatkan oleh para konsumen, baik untuk dikonsumsi langsung maupun diinovasikan menjadi berbagai olahan dari ayam broiler.

Ayam broiler mempunyai sejumlah sifat dalam klasifikasi ekonomi, meliputi ukuran tubuh yang besar, daging berlemak, temperamen yang damai, pertumbuhan yang cepat, efisiensi tinggi dalam penggunaan pakan serta saat umur lima minggu ayam broiler dapat dipanen dan dipasarkan (Wahidmurni, 2017). Ayam broiler menawarkan sumber protein dengan harga yang lebih rendah dan mudah dijangkau oleh masyarakat, terutama selama musim hujan dengan tingginya intensitas hujan serta terbatasnya persediaan daging sapi (Sikone *et al.*, 2024).

### **2.2. Karakteristik Konsumen**

Karakteristik konsumen yaitu perilaku konsumen dengan ciri-ciri dari masing-masing individu yang bervariasi yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Kabeakan, 2019). Wahyudi (2023) menjelaskan karakteristik konsumen meliputi:

1. Umur

Umur individu menjadi satu di antara aspek yang memengaruhi persepsinya dalam menentukan keputusan guna menerima produk, layanan, serta ide baru. Selain itu, usia juga dapat memengaruhi preferensi seseorang terhadap barang dan jasa tertentu.

2. Jenis kelamin

Perbedaan jenis kelamin mampu memengaruhi skema konsumsi di masyarakat, diakibatkan oleh variasi kebutuhan dan kesukaan antara pria serta wanita. Pria lebih suka aktivitas yang bersifat fisik dan menantang, sementara wanita memiliki preferensi yang berbeda. Dalam konteks kegiatan fisik yang setara, kian aktif individu, kian besar energi yang dibutuhkan, sementara wanita, yang biasanya mempunyai ukuran tubuh lebih kecil, cenderung membutuhkan energi lebih sedikit berbanding dengan pria.

3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang memengaruhi pola pembelian produk. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih cenderung menentukan produk pangan yang memiliki kualitas lebih bermutu dibandingkan dengan individu yang berpendidikan lebih rendah.

4. Pekerjaan

Pekerjaan tiap individu berperan dalam membentuk pola konsumsi. Semakin berat pekerjaan, semakin banyak energi yang diperlukan. Pekerjaan yang mengandalkan fisik memerlukan lebih banyak energi daripada pekerjaan yang lebih bergantung pada keterampilan atau keahlian.

5. Pendapatan

Pendapatan merupakan penerimaan yang didapat dari hasil pekerjaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pendapatan menjadi sumber yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian

6. Jumlah tanggungan keluarga

Jumlah tanggungan mengacu pada total anggota keluarga yang belum mandiri dan masih bergantung pada orang tua atau yang statusnya belum bekerja, sehingga masih menjadi tanggungan dari keluarga tersebut.

#### 7. Jumlah pembelian

Jumlah pembelian merupakan total produk yang harus dibeli guna keperluan konsumsi rumah tangga yang dilakukan dengan menukar sejumlah uang dengan produk yang dibeli sesuai harga yang ditetapkan oleh penjual.

#### 8. Gaya hidup (*Lifestyle*)

Gaya hidup (*lifestyle*) berhubungan dengan cara seseorang membagi pendapatannya. Gaya hidup ini mencerminkan perilaku seseorang dalam hidup, cara mengelola uang, dan bagaimana menggunakan waktu yang ada.

### 2.3. Preferensi Konsumen

Istilah "preferensi" asalnya dari bahasa Inggris "*preference*," yang artinya pilihan utama atau sesuatu yang lebih disukai dan menjadi prioritas kebutuhan. Preferensi yakni kecenderungan individu untuk memilih sesuatu berdasarkan keinginan dan kepentingan, yang berperan penting dalam pengambilan keputusan pribadi. (Safitri, 2020).

Preferensi konsumen adalah level kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang tidak dibatasi usia dan pendidikan (Sutarni *et al.*, 2018). Preferensi konsumen berkaitan dengan penilaian atau pilihan terbaik yang diambil dalam memilih produk. Nilai preferensi ini dapat diukur dengan utilitas atribut yang dimiliki produk. Kian besar nilai utilitasnya, kian besar pula preferensi konsumen. Kebebasan konsumen dalam menentukan produk dapat membuat produsen menarik konsumen baru atau kehilangan pelanggan bila produk yang ditawarkan tidak bersaing (Nursamsi, 2022).

Ramadhan (2021) berpendapat bahwa ada sejumlah tahap yang harus dijalani hingga konsumen membuat preferensi:

1. Anggapan yang ada adalah bahwa konsumen menilai produk berdasarkan serangkaian atribut, dan setiap konsumen mempunyai pandangan yang berbeda mengenai atribut-atribut produk yang relevan.
2. Setiap konsumen memiliki level kepentingan atribut yang bervariasi sesuai dengan keperluan serta keinginannya. Dalam menilai produk, konsumen memberikan penekanan yang tidak sama pada atribut yang dianggap paling

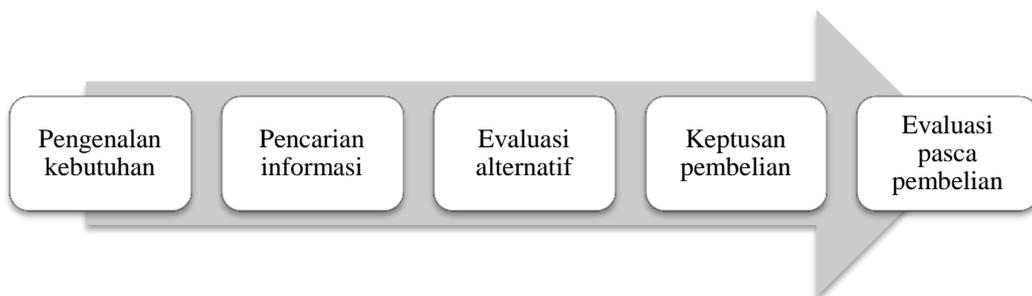
penting. Konsumen dengan daya beli yang tinggi cenderung memprioritaskan harga sebagai atribut yang paling penting.

3. Konsumen membentuk sejumlah keyakinan mengenai posisi produk pada tiap atribut yang dimilikinya.
4. Kepuasan konsumen terhadap produk dapat berbeda-beda, selaras dengan variasi atribut yang dimiliki produk tersebut.
5. Konsumen akan mengembangkan sikap yang bervariasi terhadap merek setelah melalui tahap evaluasi.

Pada tahap penilaian alternatif dalam penentuan berbelanja, preferensi konsumen terbentuk ketika konsumen menghadapi beragam opsi produk dan jasa dengan atribut yang bervariasi. Maka dari itu, preferensi merupakan opsi yang dibuat oleh konsumen dari sejumlah alternatif yang ada (Putri & Iskandar, 2017).

#### 2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan konsumen melibatkan perjalanan multi-langkah yang dilalui konsumen, mulai dari mengidentifikasi kebutuhan, meneliti solusi, membandingkan alternatif, melanjutkan pembelian, dan merenungkan keputusan yang dipilih. Proses pengambilan keputusan bisa diamati pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses pengambilan keputusan pembelian

Sumber: Adrian & Saidah, 2024.

Adrian & Saidah (2024) menjelaskan proses pengambilan keputusan berbelanja antara lain:

##### 1. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan biasanya terjadi apabila konsumen menyadari adanya kebutuhan atau keinginan. Pengenalan ini disebabkan oleh pemicu internal

(misalnya rasa lapar) atau rangsangan eksternal (misalnya dari rekomendasi orang lain).

## 2. Pencarian informasi

Pencarian informasi didorong oleh kebutuhan yang ditemukan, Konsumen mulai mengumpulkan lebih banyak informasi tentang produk yang akan dibeli untuk memperoleh produk yang lebih baik dibandingkan sebelumnya.

## 3. Evaluasi alternatif

Konsumen mulai membandingkan berbagai pilihan yang tersedia setelah memiliki pengetahuan lebih tentang produk yang ingin dibeli atau dikonsumsi. Manfaat yang dicari konsumen dari produk akan membentuk keyakinan dan sikap, yang selanjutnya mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk tersebut.

## 4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap pembeli akhirnya memutuskan untuk membeli produk. Keputusan konsumen ketika pembelian produk biasanya dipicu dari sejumlah alasan, misalnya pelayanan yang didapat saat membeli produk dan harga yang dijual sesuai kualitas.

## 5. Evaluasi pasca pembelian

Evaluasi konsumen setelah pembelian adalah dengan mempertimbangkan apakah pembelian itu sepadan dan layak untuk direkomendasikan kepada orang lain. Konsumen akan membeli lagi produk tersebut apabila merasa puas serta nyaman dengan produk yang dibeli.

### **1.5. Atribut Produk**

Atribut produk merupakan komponen-komponen yang dianggap vital dalam manfaat yang diperoleh dari hasil pengembangan jasa atau produk yang akan dipasarkan (Putri & Iskandar, 2017). Suatu atribut dipandang krusial apabila menyumbang manfaat yang sangat diinginkan konsumen, tetapi apabila semua opsi pesaing memiliki ciri-ciri yang sama, atribut lainnya akan menjadi aspek penentu ketika pengambilan penentuan berbelanja. Atribut yang terikat pada produk akan menimbulkan daya tarik pertama ke konsumen dan

menggambarkan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut (Ramadhan, 2021).

Atribut menunjukkan kualitas pada sebuah produk. Simarmata *et al.* (2019) menjelaskan atribut yang terikat pada daging ayam broiler, yaitu:

1. Warna

Indikator kualitas daging ayam broiler yang dilihat konsumen adalah warna dagingnya. Warna yang ideal untuk daging ayam broiler adalah putih hingga kekuningan, dengan kondisi yang tidak pucat, gelap, atau terlalu merah.

2. Tekstur

Atribut tekstur dianggap penting dalam menentukan kualitas daging ayam broiler yang dianggap segar. Daging ayam broiler yang segar akan memiliki konsistensi kenyal/elastis.

3. Bagian daging

Atribut bagian daging adalah bagian-bagian dari daging yang sudah dipotong. Bagian daging meliputi bagian bawah serta bagian atas. Bagian atas daging ayam yakni dada, sayap, dan punggung. Bagian bawah daging ayam broiler yaitu paha.

4. Harga

Atribut harga yaitu atribut yang paling penting sebagai pertimbangan konsumen untuk belanja daging ayam broiler. Kepuasan konsumen terwujud ketika daging ayam yang dibeli bermutu serta dijual dengan harga yang sesuai dengan kualitasnya.

### **1.6. Multiatribut *Fishbein***

Model multiatribut *Fishbein* adalah alat yang efektif untuk mempelajari, memperkirakan, serta mengkaji sikap konsumen terhadap atribut suatu produk. Model multiatribut *fishbein* dipakai guna mengukur sikap konsumen terhadap sebuah produk. Pemilihan model multiatribut *Fishbein* didasarkan pada kemampuannya untuk menyumbang informasi terkait persepsi konsumen terhadap produk yang sudah ada, dan kesederhanaannya ketika pemakaian data serta proses analisis (Sianturi *et al.*, 2020).

Model sikap multiatribut *Fishbein* mengevaluasi hubungan mengenai wawasan produk serta sikap konsumen terhadap produk, berkorelasi dengan atribut-atribut produk untuk membentuk sikap komprehensif terhadap produk. Inti dari model ini adalah bahwa sikap konsumen terhadap sebuah objek ditentukan oleh atribut yang melekat pada objek tersebut (Maryani *et al.*, 2017).

Simarmata *et al.* (2019) menjelaskan bahwa analisis multiatribut *fishbein* ditentukan pada dua hal yaitu pertama, mengukur keyakinan terkait atribut produk atau merek (komponen  $b_i$ ). Kedua, mengevaluasi atribut tersebut (komponen  $e_i$ ).

Model multiatribut *fishbein* dirumuskan:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

- $A_0$  = Sikap konsumen terhadap daging ayam broiler
- $b_i$  = Tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut
- $e_i$  = Tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut
- $n$  = Jumlah atribut pada daging ayam broiler

### 1.7. Penelitian Terdahulu

Referensi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menjadi acuan untuk memperkaya teori yang diterapkan dalam kajian tugas akhir. Kajian studi terdahulu yang berhubungan dengan kajian ini disuguhkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul penelitian	Rumusan masalah	Tujuan penelitian	Metode analisis	Kesimpulan
1.	Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. (Setiadi <i>et al.</i> , 2020).	Pedagang dalam upaya memenuhi kebutuhan penduduk Kota Semarang terhadap daging ayam broiler serta agar dapat bersaing dengan pedagang lainnya, perlu mempertimbangkan hal-hal yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli daging ayam broiler dan faktor apa saja yang mempengaruhinya, karena sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan memperhatikan kualitas dari makanan yang akan dibeli.	1. Menganalisis atribut daging ayam menjadi preferensi konsumen dan atribut yang paling dipentingkan konsumen dalam membeli daging ayam di pasar tradisional kota semarang. 2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi daging ayam di pasar tradisional Kota Semarang.	1. Analisis <i>conjoint</i> . 2. Analisis regresi linier berganda.	Atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen adalah ukuran daging, warna daging, bagian daging dan harga.
2.	Preferensi Konsumen dalam Memilih Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kecamatan Suwawa. (Aisyah, 2023).	Pedagang di pasar tradisional Kecamatan Suwawa menjual daging ayam broiler segar dengan ukuran karkas yang bervariasi, menyebabkan konsumen memutuskan banyak aspek dan menunjuk atribut yang berbeda dalam membuat keputusan pembelian.	Menganalisis atribut daging ayam broiler yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.	Analisis deskriptif.	Atribut harga, ukuran, tekstur, kebersihan, aroma, dan kandungan gizi menjadi pertimbangan konsumen membeli daging ayam broiler di pasar tradisional.
3.	Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Ayam Potong di Kota Bandar Lampung. (Sianturi <i>et al.</i> , 2020).	Konsumen dalam membeli daging ayam melakukan pemilihan untuk membeli daging ayam ras atau daging ayam kampung dengan berbagai pertimbangan. Keputusan pembelian daging ayam oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya harga daging ayam itu sendiri, harga barang lain, selera dan pendapatan.	1. Menganalisis sikap dan tahap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging ayam. 2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam membeli daging ayam ras.	1. Analisis multiatribut <i>fishbein</i> . 2. Analisis regresi ordinal logit.	Konsumen lebih menyukai daging ayam ras dibandingkan dengan daging ayam kampung, khususnya dalam hal harga dan bobot daging.

4. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). (Simarmata <i>et al.</i> , 2019).	Produsen perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka seorang konsumen terhadap suatu produk. Konsumen mendasarkan harapannya kepada informasi yang mereka terima tentang produk dan memperhatikan serta mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) produk sebelum membeli.	1. Menganalisis perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging broiler di pasar tradisional kota Manado. 2. Menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging broiler di pasar tradisional Kota Manado.	1. Analisis <i>chi-square</i> . 2. Analisis multiatribut <i>fishbein</i> .	Urutan atribut ayam pedaging dari pertimbangan tertinggi sampai ke pertimbangan terendah adalah warna daging, warna kulit, bau daging, kelembutan kulit dan berat daging.
5. Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Berdasarkan Atribut Daging Kuda dalam Menentukan Pembelian di Pasar Tradisional Kabupaten Jeneponto. (Nursamsi, 2022).	Konsumen menginginkan daging kuda sesuai dengan preferensinya. Penyediaan daging kuda di pasar tradisional Kabupaten Jeneponto dengan berbagai macam atribut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam melakukan pembelian daging kuda, konsumen akan selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada daging kuda.	1. Menganalisis preferensi konsumen daging kuda di pasar tradisional Kabupaten Jeneponto. 2. Menganalisis pengaruh preferensi konsumen daging kuda di pasar tradisional Kabupaten Jeneponto terhadap keputusan konsumen.	1. Analisis <i>cochran</i> . 2. Analisis regresi.	Kombinasi atribut yang paling berpengaruh adalah warna daging kuda yaitu merah hati.
6. Preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler segar dan beku di kecamatan Tenggarong. (Jannah, 2022).	Preferensi masyarakat sebagai konsumen terhadap daging ayam sangat beragam dan berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen lain. Peningkatan jumlah penduduk, pendapatan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi yang bersumber dari hewani, menyebabkan permintaan daging ayam mengalami kenaikan. Kebutuhan daging ayam sebagai sumber protein masyarakat sebagian besar dipenuhi dari broiler.	Mengetahui preferensi konsumen dalam memilih karkas broiler (segar dan beku) serta indikator yang paling dipertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk membeli karkas ayam broiler.	Analisis <i>chi-square</i> melalui <i>software</i> SPSS.	Preferensi konsumen di Tenggarong cenderung memilih karkas ayam broiler segar dibandingkan karkas ayam broiler beku.

7.	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. (Sutarni <i>et al.</i> , 2018).	Harga produk organik lebih mahal, konsumen produk pangan organik belum luas pada masyarakat secara umum, tapi kecenderungannya masih menjangkau pada segmen pasar masyarakat yang memiliki pendapatan menengah ke atas, berpendidikan tinggi, dan memiliki pengetahuan tentang kesehatan dan lingkungan hidup yang luas.	melakukan penilaian ekonomi ( <i>Economic Valuation/EV</i> ) pertanian organik untuk mendorong berkembangnya praktek pertanian berkelanjutan di Provinsi Lampung.	Analisis <i>conjoint</i> .	Faktor yang sangat penting dalam pembelian produk pertanian organik adalah sertifikat produk yang berlabel organik, ketersediaan atau stok produk organik di Swalayan, kemasan pada produk pertanian, dan harga produk pertanian.
8.	Analisis Preferensi Konsumen dalam membeli Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta (Studi Kasus “Pasar Beringharjo, Kota Yogyakarta”). (Safitri & Dewi, 2023).	Konsumen Pasar Beringharjo memiliki lebih banyak pilihan dalam menemukan preferensi yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Keragaman atribut dan karakteristik konsumen menjadi dasar pertimbangan yang diperlukan para konsumen sebagai alasan dalam melakukan pembelian daging ayam broiler .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui atribut apa saja yang dijadikan bahan pertimbangan dalam keputusan konsumen sebelum membeli daging ayam broiler di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta.</li> <li>2. Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta.</li> </ol>	Hasil data ditabulasi dan dianalisis menggunakan SPSS.	Semua atribut dianggap penting dalam pertimbangan keputusan yaitu harga, warna, aroma, tekstur, kandungan gizi, manfaat untuk kesehatan, kehalalan, kebersihan, ukuran dan kesegaran.
9.	Sikap Dan Permintaan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Daging Ayam Ras Segar dan Daging Ayam Ras Beku di Kota Bandar Lampung. (Sijabat, 2021)	Pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk tidak terlepas dari berbagai faktor penting yang akan memengaruhi keputusannya disebut dengan sikap konsumen. Sikap suka dan tidak suka yang dirasakan oleh konsumen dijadikan sebagai ukuran penentuan selera konsumen dalam faktor-faktor yang dapat memengaruhi permintaan daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung.	Mengetahui sikap dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung.	Analisis multiatribut <i>fishbein</i> .	Sikap konsumen lebih menyukai daging ayam ras segar dibandingkan dengan daging ayam ras beku.

Tabel 5 menunjukkan bahwa kajian Penelitian yang telah ada digunakan untuk mengevaluasi persamaan dan perbedaan antara kajian sebelumnya dan penelitian yang penulis kerjakan. Kesamaan penelitian penulis dengan studi terdahulu adalah memiliki rumusan masalah dan tujuan yang sama dengan sejumlah kajian terdahulu, serta memakai metode analisis data yang sama dengan beberapa penelitian terdahulu. Sementara itu, perbedaan kajian studi terdahulu dengan penelitian penulis yakni lokasi dan waktu pelaksanaan kajian, metode yang digunakan, dan latar belakang permasalahan pada penelitian.

