

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DAGING AYAM *BROILER* DI KECAMATAN PAHANDUT KOTA PALANGKA RAYA

Julina Simbolon¹, Maleha², Eka Nor Taufik³

¹ Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

² Staf Pengajar Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

email: malehaplk@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, dan membeli serta menggunakan barang, jasa, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya adalah: mudah mendapatkannya, harganya yang terjangkau, sebagai penambah gizi keluarga, memberikan rasa puas terhadap keluarga, meningkatkan gengsi dimata masyarakat, dapat diolah sesuai selera, dapat di konsumsi kapan saja. Meningkatkan gengsi dimata masyarakat memiliki penilaian yang paling kecil pada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler*. Sedangkan pada peran atau pengaruh anggota keluarga, peran atau pengaruh orang lain, peran atau pengaruh teman, serta peran atau pengaruh tenaga penjual itu memiliki hasil penilaian yang paling sedikit yaitu pada atribut pengaruh orang lain dan pengaruh tega penjual. Dari hasil analisis yang didapat besarnya nilai sikap konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya adalah 42,52 dengan kategori cukup baik. Nilai perilaku konsumen bernilai 25,90 masuk dalam skala baik karena didukung dengan nilai ke empat variabel yang mendukung dan nilai yang diperoleh atau tanggapan yang diperoleh dari responden yang mempunyai nilai positif (lebih dari nol). Skor nilai perilaku diperoleh nilai sebesar 38,16 dan nilai norma subyektif diperoleh sebesar 7,54.

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Daging Ayam Broiler.

ABSTRACT

Consumer behavior is the study of how individuals, groups and organizations select and purchase and use goods, services, ideas, and experiences to satisfy their needs and wants. Overall, the factors that influence consumer behavior in buying broiler chicken meat in Pahandut District, Palangka Raya City are: easy to get, affordable price, as a family nutrition supplement, gives a sense of satisfaction to the family, increases prestige in the eyes of society. can be processed according to taste, can be consumed at anytime. Increasing prestige in the eyes of society has the smallest assessment of the factors that influence consumers in buying broiler chicken meat. Whereas the role or influence of family members, the role or influence of other people, the role or influence of friends, and the role or influence of the salesperson have the least assessment results, namely the

attributes of the influence of other people and the influence of the heart of the seller. From the results of the analysis, the magnitude of the value obtained consumer attitudes in purchasing broiler chicken meat in Pahandut District, Palangka Raya City is 42,52 with a fairly good category. The value of consumer behavior is 25.90 which is included in the good scale because it is supported by the values of the four supporting variables and the values obtained or the responses obtained from respondents who have a positive value (more than zero). The behavioral value score obtained a value of 38.16 and a subjective norm value obtained of 7,54.

Keywords : Consumer Behavior, Broiler Chicken.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, dan membeli serta menggunakan barang, jasa, ide, dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya (Kotler dan Keller, 2009). Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kota Palangka Raya merupakan salah satu kota yang sedang berkembang, ditinjau dari perkembangan fisik maupun

pertumbuhan penduduknya. Penduduk Kota Palangka Raya beraneka ragam terdiri dari berbagai etnis, suku, latar belakang sosial budaya, agama yang beraneka serta berbagai jenis mata pencaharian. Seiring dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat Kota Palangka Raya, maka meningkat pula kebutuhan setiap individu sehingga menjadikan tuntutan konsumen yang semakin selektif, tidak hanya memilih produk melainkan juga pada pilihan tempat belanja (BPS, 2021).

Untuk mengetahui populasi, produksi, daging ayam *broiler* di Kota Palangka Raya dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Populasi dan Produksi Daging Ayam Broiler di Kota Palangka Raya.

Tahun	Populasi (Ekor)	Produksi (Kg)
2014	1.277.500	3.128.028
2015	2.063.825	4.582.020
2016	1.277.500	3.128.028
2017	1.640.377	5.798.520
2018	2.586.500	6.775.313
2019	3.000.000	8.238.396
2020	2.220.000	8.650.390
2021	4.752.775	9.124.253

Sumber: Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Palangka Raya, 2022.

Berdasarkan Tabel 1.1. dapat dilihat bahwa populasi dan produksi daging ayam *broiler* dari tahun ke tahun tidak stabil atau mengalami naik turun, tetapi dapat dilihat lebih banyak mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 populasi ayam *broiler* sebanyak

1.277.500 ekor dan mengalami peningkatan tahun 2015 sebanyak 2.063.825 ekor dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan drastis sebanyak 4.752.775 ekor dengan jumlah produksi sebanyak 9.124.253 kg.

Tabel 1.2. Populasi dan Produksi Daging Ayam Broiler di Kecamatan Pahandut.

Tahun	Populasi (Ekor)	Produksi (Kg)
2014	127.749	782.007
2015	383.422	1.145.505
2016	347.127	1.482.812
2017	65.000	1.008.312
2018	747.799	2.258.437
2019	575.000	1.647.679
2020	200.000	1.081.298
2021	483.148	1.147.087

Sumber: Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Palangka Raya, 2022.

Untuk mengetahui populasi, produksi, daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut dapat dilihat pada Tabel 1.2. Berdasarkan Tabel 1.2. dapat dilihat bahwa populasi dan produksi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut mengalami naik turun dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014-2016 konsumsi daging ayam *broiler* mengalami kenaikan dari 782.007 Kg menjadi 1.482.812 Kg. Namun pada tahun 2017 mengalami

penurunan menjadi 1.008.312 Kg dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2018 menjadi 2.258.437 Kg. Peningkatan ini disebabkan karena tingginya populasi ayam *broiler* dan harga yang lumayan relatif murah jika dibandingkan dengan daging ayam kampung yaitu dengan harga Rp 34.000/Kg. Untuk mengetahui harga daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Perkembangan Harga Daging Ayam Broiler dan Produk Substitusinya Tahun 2017-2021 di Kecamatan Pahandut.

Tahun	Harga Produk Substitusi Daging Ayam Broiler (Rp/Kg)					
	Ayam Broiler	Ayam Kampung	Babi	Sapi	Ikan Baung	Ikan Gabus
2016	32.500	65.000	60.000	120.000	53.000	56.000
2017	32.500	65.000	60.000	120.000	53.000	57.000
2018	33.000	67.000	63.000	110.000	55.000	57.000
2019	33.500	68.000	65.000	120.000	55.000	58.000

2020	33.500	68.500	70.000	130.650	56.000	58.000
2021	34.000	70.000	120.000	162.000	57.000	60.000

Sumber : Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Palangka Raya, 2022.

Dari Tabel 1.3. dapat dilihat bahwa harga produk pangan penghasil protein hewani di Kota Palangka Raya cenderung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Berdasarkan Tabel 1.3. dapat diketahui penyebab tingginya kebutuhan akan daging ayam *broiler* dan ikan adalah karena faktor harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan harga jenis produk penghasil protein hewani lainnya.

Kota Palangka Raya merupakan Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah yang memiliki penduduk yang cukup besar. Jumlah penduduk pada tahun 2021 di Kota Palangka Raya terdapat 299.000 jiwa. Kota Palangka Raya terdiri atas lima wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sabangau, Jekan Raya, Bukit Batu, dan Rakumpit yang terdiri dari 30 kelurahan. Semakin padat penduduk Kota Palangka Raya maka akan meningkat pula kebutuhan masyarakat khususnya permintaan terhadap daging ayam *broiler* (BPS, 2021).

Kecamatan Pahandut terdiri dari enam Kelurahan yaitu kelurahan Langkai, Pahandut, Pahandut Seberang, Panarung, Tanjung Pinang dan Tumban Rungan. Peneliti tertarik melakukan penelitian di Kecamatan Pahandut karena Pahandut merupakan salah satu daerah yang penduduknya tergolong ramai dengan jumlah pen-

diduk sebanyak 85.591 jiwa dan luas daerah 117,25 Km² (BPS, 2021) dimana rata-rata penduduknya bekerja pada instansi pemerintahan maupun swasta. Kecamatan Pahandut memiliki pasar yang cukup besar dan buka setiap hari yaitu Pasar Besar di jalan Ahmad Yani.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran secara umum faktor-

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Lokasi penelitian dilaksanakan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Pahandut memiliki pasar yang cukup besar dan buka setiap hari yaitu Pasar Besar di jalan Ahmad Yani dan juga merupakan salah satu daerah yang penduduknya tergolong ramai dengan rata-rata penduduknya bekerja pada instansi pemerintahan maupun swasta sehingga kebutuhan akan mengkonsumsi daging ayam *broiler* cukup besar.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non probability* yaitu *convenience sampling*. Menurut Umar (2005), metode *convenience sampling* yaitu pencarian sampel yang biasanya paling mudah dan paling cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemui, dalam hal ini yaitu mereka yang ditemui adalah pembeli yang membeli daging ayam. Menurut Arikunto (2017) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian, tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25% atau lebih. Jumlah subjek dalam penelitian saya lebih dari 100, maka berdasarkan defenisi diatas dapat di

katakan sampel penelitian ini adalah 30 orang, yaitu 30% dari jumlah sampelnya. Peneliti memberikan beberapa kriteria buat responden supaya data yang didapat lebih akurat, kriteria-kriteria tersebut antara lain :

1. Responden sedang membeli atau pernah melakukan pembelian daging *broiler*.
2. Responden melakukan pembelian untuk konsumsi pribadi atau keluarga, tidak untuk dijual lagi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data dari responden dilakukan melalui teknik wawancara, responden yang dipilih adalah konsumen yang sedang membeli daging ayam *broiler* dan bersedia untuk diwawancarai. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara berstruktur yaitu teknik pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan berdasarkan panduan kuisisioner. Responden diwawancarai serta diberikan kuisisioner untuk diisi sesuai dengan apa yang dialami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya.

Dari hasil penelitian dilapangan dapat dilihat tanggapan konsumen terhadap daging ayam *broiler* berdasarkan faktor-faktor yang dimiliki adalah baik, karena dari seluruh faktor yang diperoleh dari hasil survey atau kuisisioner konsumen bernilai positif. Faktor-faktor itu antara lain :

1. Mudah mendapatkannya
Daging ayam *broiler* yang dikonsumsi oleh konsumen di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya dapat dengan mudah mendapatkannya di pasar besar.
2. Harganya yang terjangkau
Berdasarkan dari hasil pengamatan dan penelitian terhadap konsumen (responden) masalah harga relative lebih mudah dari daging yang lainnya seperti daging sapi, daging ayam kampung.

3. Penambah gizi keluarga
Mengonsumsi daging ayam *broiler* dapat menambah gizi seperti protein, lemak, karbohidrat dan tentu berpengaruh terhadap kesehatan.
4. Memberi rasa puas terhadap keluarga
Mengonsumsi daging ayam *broiler* cukup enak dan menambah gizi bagi keluarga, jelas dapat memberikan rasa puas dengan mengkonsumsinya.
5. Meningkatkan gengsi dimata masyarakat
Berdasarkan dari hasil pengamatan dan penelitian terhadap konsumen (responden) masalah mengonsumsi daging ayam *broiler* untuk meningkatkan gengsi dimata masyarakat tidak setuju, karena masyarakat mengonsumsi daging ayam hanya untuk menambah gizi keluarga, memberi rasa puas dan tidak untuk di pamerkan kepada masyarakat.
6. Dapat diolah sesuai selera
Daging ayam *broiler* mudah diolah dan sangat cocok juga untuk dijadikan berbayar jenis masakan untu dikonsumsi oleh anggota keluarga masyarakat.
7. Dapat dikonsumsi kapan saja
Dalam hal mengonsumsi daging ayam *broiler* menurut para konsumen mereka dapat mengkonsumsinya kapan saja tanpa memikirkan kapan harus benar-benar mengonsumsi daging ayam *broiler* tersebut.
Diantara faktor-faktor tersebut diatas yang paling disukai oleh konsume adalah dikonsumsi sebagai penambah mudah mendapatkannya, harganya yang terjangkau, menambah gizi keluarga, memberi rasa puas terhadap keluarga, dapat diolah sesuai selera, dan dapat dikonsumsi kapan saja. Pada umumnya setelah satu kali konsumen membeli dan mengonsumsi daging ayam *broiler* untuk waktu yang tidak akan lama konsumen akan membeli kembali daging ayam *broiler* tersebut.

3.2. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai perilaku dari masing-masing faktor terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di

**Kecamatan Pahandut Kota Palangka
Raya digunakan alat Analisis Fisbein.****A. Nilai Sikap Konsumen (Pembeli)**

Tabel 3.1. Nilai Sikap Konsumen.

No.	Atribut	ian Membeli(b1)	valuasi (e1)	Total AB = (b1) (e1)
1.	Mudah Mendapatkannya	2,30	2,63	6,04
2.	Harganya terjangkau	2,27	2,60	5,90
3.	Penambah gizi Keluarga	2,30	2,63	6,04
4.	Memberi rasa puas terhadap keluarga	2,23	2,60	5,79
5.	Meningkatkan gengsi dimata masyarakat	-2,27	-3,00	6,81
6.	Dapat diolah sesuai selera	2,27	2,63	5,97
7.	Dapat dikonsumsi kapan saja	2,27	2,63	5,97
Jumlah				42,52

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022.

Untuk mengetahui sikap konsumen bernilai 42,52 berada pada skala penilaian yang mana, perlu dihitung terlebih dahulu nilai variabel evaluasi dengan skor maksimum atau skor 3, maka nilai sikap adalah :

Untuk mengetahui sikap konsumen bernilai 42,52 berada pada skala penilaian yang mana, perlu dihitung terlebih dahulu nilai variabel evaluasi dengan skor maksimum atau skor 3, maka nilai sikap adalah :

Tabel 3.2. Skor Nilai Sikap Konsumen.

No.	Atribut	in角度(1)	aluasi(2)	Total (1) x (2)
1.	Mudah mendapatkannya	3	2,63	7,89
2.	Harganya terjangkau	3	2,60	7,80
3.	Penambah gizi keluarga	3	2,63	7,89
4.	Memberi rasa puas terhadap keluarga	3	2,60	7,80
5.	Meningkatkan gengsi dimata masyarakat	3	-3,00	-0,90
6.	Dapat diolah sesuai selera	3	2,63	7,89
7.	Dapat dikonsumsi kapan saja	3	2,63	7,89
Jumlah				38,16

Sumber : Sumber : Data Primer yan diolah, 2022.

Karena rentan skor +3 sebagai sangat baik dan -3 sebagai sangat tidak baik, maka rentan nila sikap

maksimum adalah 38,16 dan minimum -38,16.

$$\frac{3 \times 12,72}{38,16} + \frac{2 \times 25,44}{38,16} + \frac{0 \times -12,72}{38,16} + \frac{-1 \times -25,44}{38,16} + \frac{-2 \times -38,16}{38,16}$$

Berdasarkan skala diatas, maka hasil penelitian perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya adalah + 42,52 masuk dalam kategori mendekati cukup baik. Nilai Perilaku sebesar + 38,16 diperoleh dari jumlah hasil kali variabel keyakinan membeli dengan variabel evaluasi. Dari seluruh atribut yang diperoleh dari hasil survey atau

kuesioner pembeli (konsumen) diperoleh nilai positif atau tanggapan yang baik terutama untuk atribut mudah mendapatkannya, penambah gizi keluarga, dapat diolah sesuai selera, dan dapat di konsumsi kapan saja.

B. Nilai Norma Subyektif

Nilai Norma Subyektif dapat dihitung dengan rumus :

Tabel 3.3. Nilai Norma Subyektif.

No.	atribut	Keyakinan Normatif (NB1)	Motivasi(MC1)	Total SN = (NB1)x(MC1)
1.	Peran anggota keluarga	2,93	2,37	6,94
2.	Peran orang lain	0,06	0,33	0,01
3.	Peran teman	-0,10	0,26	-0,02
4.	Peran tenaga penjual	-1,03	-0,60	0,61
Norma Subyektif				7,54

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022.

Setelah nilai sikap konsumen dan nilai norma subjektif diketahui maka dapat dihitung nilai perilaku konsumen.

C. Nilai Perilaku Konsumen

Nilai perilaku konsumen dapat dihitung dengan rumus :

$$\begin{aligned} B - B1 &= w_1 (AB) + w_2 (SN) \\ &= 0,6 (38,16) + 0,4 (7,54) \\ &= 22,89 + 3,01 \\ &= 25,90 \end{aligned}$$

Karena B bernilai + 61,32 atau lebih besar dari nol maka perilaku konsumen terhadap pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya termasuk dalam skala baik.

Nilai perilaku konsumen masuk dalam skala baik karena didukung nilai keempat variabel yang mendukung karena nilai yang diperoleh atau tanggapan dari konsumen lebih banyak beranggapan positif, karena total nilai masing-masing kriteria adalah sebagai berikut :

1. Nilai harapan yang menyatakan Sangat Setuju terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya jumlahnya 561 diperoleh dari hasil penjumlahan total nilai sangat setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Komponen-komponen variabel tersebut dari komponen variabel keyakinan membeli variabel evaluasi, variabel keyakinan normatif, variabel motivasi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana atribut-atribut variabel mudah mendapatkannya, harganya terjangkau, sebagai penambah gizi keluarga, meningkatkan gengsi dimata masyarakat, diolah sesuai selera, dapat dikonsumsi kapan saja

mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen dengan jumlah skor tertinggi. Sedangkan untuk atribut keterlibatan anggota keluarga, orang lain, teman, tenaga penjual, mendapatkan skor yang tinggi.

2. Nilai harapan yang menyatakan setuju terhadap faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya jumlahnya 488 diperoleh dari penjumlahan total nilai setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Komponen-komponen variabel tersebut dari komponen variabel keyakinan membeli, variabel evaluasi, variabel keyakinan normatif, variabel motivasi, merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana atribut-atribut variabel tersedia mudah mendapatkannya, harganya terjangkau, penambah gizi keluarga, memberi rasa puas terhadap keluarga, meningkatkan gengsi dimata masyarakat, diolah sesuai selera, dapat dikonsumsi kapan saja mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen dengan jumlah skor tinggi. Sedangkan untuk atribut keterlibatan anggota keluarga, orang lain, teman, tenaga penjual mendapatkan skor yang tertinggi.
3. Nilai harapan yang menyatakan agak setuju terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya jumlahnya 70 diperoleh dari penjumlahan total nilai setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Komponen-komponen variabel tersebut dari komponen variabel keyakinan membeli, variabel evaluasi, variabel keyakinan normatif, variabel motivasi,

merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana atribut-atribut variabel tersedia mudah mendapatkannya, harganya terjangkau, penambah gizi keluarga, memberi rasa puas terhadap keluarga, meningkatkan gengsi dimata masyarakat, diolah sesuai selera, dapat dikonsumsi kapan saja mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen dengan jumlah skor cukup tinggi. Sedangkan untuk atribut keterlibatan anggota keluarga, orang lain, teman, tenaga penjual mendapatkan skor yang agak tinggi.

4. Nilai harapan yang menyatakan agak tidak setuju terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya jumlahnya -101, diperoleh dari penjumlahan total nilai setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Dimana atribut-atribut variabel keyakinan normatif dan motivasi mendapatkan tanggapan sangat baik dari konsumen.
5. Nilai harapan yang menyatakan tidak setuju terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya jumlahnya -75. diperoleh dari penjumlahan total nilai setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Dimana atribut-atribut variabel keyakinan normatif dan motivasi mendapatkan tanggapan tidak baik dari konsumen.
6. Nilai harapan yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota

Palangka Raya jumlahnya -150 . diperoleh dari penjumlahan total nilai setuju untuk semua komponen-komponen variabel. Dimana atribut-atribut variabel keyakinan normatif dan motivasi mendapatkan sangat tidak baik dari konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dikemukakan maka akan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya adalah: mudah mendapatkannya, harganya yang terjangkau, sebagai penambah gizi keluarga, memberikan rasa puas terhadap keluarga, meningkatkan gengsi dimata masyarakat, dapat diolah sesuai selera, dapat di konsumsi kapan saja. Meningkatkan gengsi dimata masyarakat memiliki penilaian yang paling kecil pada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler*. Peran atau pengaruh anggota keluarga, peran atau pengaruh orang lain, peran atau pengaruh teman, serta peran atau pengaruh tenaga penjual itu memiliki hasil penilaian yang paling sedikit yaitu pada atribut pengaruh orang lain dan pengaruh tenaga penjual.
2. Hasil analisis yang didapat besarnya nilai sikap konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya adalah 42,52 dengan kategori cukup baik. Nilai perilaku sebesar 42,52 diperoleh dari jumlah hasil kali variabel keyakinan membeli dengan variabel evaluasi. Seluruh faktor yang diperoleh dari hasil survey atau

kuesioner konsumen diperoleh nilai positif atau tanggapan yang baik terutama untuk faktor mudah mendapatkannya, dan harganya yang terjangkau. Untuk perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya dikategorikan baik. Nilai perilaku konsumen bernilai 25,90 masuk dalam skala baik karena didukung dengan nilai keempat variabel yang mendukung dan nilai yang diperoleh atau tanggapan yang diperoleh dari responden yang mempunyai nilai positif (lebih dari nol). Skor nilai perilaku diperoleh nilai sebesar 38,16 dan nilai norma subyektif diperoleh sebesar 7,54.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka disarankan kepada :

1. Untuk Pemerintah diharapkan agar lebih memperhatikan dan mendukung penjualan daging ayam *broiler* seperti menjamin kestabilan harga, dan persediaan daging ayam *broiler*.
2. Penjual diharapkan dapat memperhatikan dan memberikan pengaruh yang baik kepada pembeli daging ayam *broiler*.
3. Untuk kalangan akademik agar dapat melaksanakan penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya.
4. Konsumen dapat memperoleh informasi lebih lanjut mengenai daging ayam *broiler*.
5. Penulis dapat lebih terlatih dalam penulisan dan pemecahan masalah yang dihadapi.

Anonim. 2022. Laporan Tahunan Dinas Pertanian Tahanan Pangan Kota Palangka Raya. Palangka Raya.

Arikunto, Suharsimi. 2017. Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. 2021. Kalimantan Tengah dalam Angka. Palangka Raya.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Umar, Husein. 2005. Metode Penelitian untuk Tesis dan Bisnis. Grafindo. Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA