

**ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING AYAM BROILER DI PASAR
CIBINONG KABUPATEN BOGOR**

***ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER DECISIONS IN BUYING
BROILER IN PASAR CIBINONG KABUPATEN BOGOR***

Sarah Faradhila Ramadhanti*, Migie Handayani, Mukson

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Sudarto No.13, Tembalang, Kec. Tembalang, Kota Semarang

*Email: sarahfaradhila@gmail.com

(Diterima 30-05-2023; Disetujui 11-07-2023)

ABSTRAK

Banyak orang yang mengonsumsi daging ayam ras karena termasuk salah satu jenis sumber protein hewani. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui karakteristik pembeli daging karkas ayam broiler dan mengkaji faktor – faktor yang dianggap mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli daging karkas ayam pedaging di Pasar Cibinong, Kabupaten Bogor. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan untuk penelitian ini, sejumlah 210 ibu rumah tangga dipilih secara acak yang membeli ayam di Pasar Cibinong dengan menggunakan strategi *accidental sampling*. Analisis deskriptif dan analisis regresi berganda logistik biner digunakan dalam teknik analisis data pada penelitian ini. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi jumlah anggota keluarga, lokasi, pendapatan keluarga, tingkat pendidikan, kualitas, dan harga. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ayam broiler dijadikan variabel terikat pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejumlah variabel termasuk jumlah anggota keluarga, pendapatan, tingkat pendidikan, harga, kualitas, dan lokasi secara simultan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli daging ayam ras di Pasar Cibinong. Variabel jumlah anggota keluarga, harga, dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler di Pasar Cibinong.

Kata kunci: ayam broiler, konsumen, keputusan pembelian, pasar tradisional

ABSTRACT

Many people consume broiler chicken meat because it is a type of animal protein source. In order to investigate the factors influencing consumer decisions to purchase broiler carcass meat at Pasar Cibinong in Bogor Regency, this study set out to identify the characteristics of consumers of broiler carcass meat. A case study methodology and an accidental sampling technique are both used in this sort of research on 210 housewives who are purchasing chicken at Pasar Cibinong. Methods of data analysis using descriptive analysis and multiple logistic regression analysis of binary. The number of family members, family income, education level, price, location, and quality are the independent variables in this study. The dependent variable in this study is the consumer's decision to purchase broiler chickens. The findings demonstrated that a number of variables, including family size, income, level of education, cost, and location, simultaneously had a significant impact on consumers' decisions to buy broiler chicken at Pasar Cibinong. Broiler chicken purchase decisions in Pasar Cibinong are significantly influenced by the variable number of family members, price, and location.

Keywords: broiler, consumers, buying decisions, traditional market

PENDAHULUAN

Industri peternakan adalah salah satu dari sekian banyak aspek dari subsektor pertanian. Daging ayam broiler adalah jenis daging yang paling dibutuhkan di Indonesia. Lingkup agribisnis peternakan di Indonesia sangat familiar dengan jenis ayam broiler. Banyak orang yang mengonsumsi banyak daging ayam pedaging karena kaya akan protein hewani. Usaha daging ayam broiler di Indonesia menjadi sangat prospektif karena banyaknya permintaan terhadap ayam broiler.

Indonesia saat ini memiliki permintaan yang sangat besar terhadap daging ayam pedaging, permintaan daging ayam ras sangat besar di Kabupaten Bogor. Permintaan karkas ayam broiler di Kabupaten Bogor terus banyak mengalami peningkatan dan memiliki angka yang cukup tinggi setiap tahunnya yang menyebabkan meningkatnya produksi ayam broiler. Kesadaran masyarakat terhadap nilai gizi mulai meningkat sehingga menyebabkan meningkatnya permintaan ayam broiler, hal tersebut berpengaruh pada banyaknya produksi ayam broiler setiap tahunnya (Ridha, 2017). Daging ayam broiler pada pasar tradisional biasa dijual dalam bentuk karkas secara utuh maupun berupa

potongan-potongan. Pengertian dari karkas yaitu bagian tubuh ayam yang disembelih secara halal yang tersisa setelah kepala, leher, dan kaki dibuang, bersama dengan darah, bulu, dan jeroan.. Daging karkas pada ayam pedaging atau broiler biasanya terdiri dari bagian sayap, dada, paha, dan punggung (Ulupi et al., 2018).

Jumlah daging ayam broiler yang diproduksi dan permintaan akan daging ayam broiler, baik yang tinggi maupun yang rendah, memengaruhi pilihan konsumen akan daging ayam. Keputusan konsumen untuk membeli daging ayam broiler dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Berdasarkan pada uraian tersebut, mendeskripsikan karakteristik konsumen daging ayam ras pedaging dan menguji variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli daging ayam ras pedaging di Pasar Cibinong merupakan tujuan dari penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan di Pasar Cibinong dari bulan November 2022 hingga Januari 2023. Cara dalam memilih lokasi dilakukan secara terencana atau disengaja (*purposive*). Studi kasus adalah jenis teknik studi yang digunakan. Teknik

non-probability sampling yaitu dengan metode pengambilan sampel tidak disengaja (*accidental sampling*) digunakan untuk pendekatan sampel pada Penelitian ini. Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Roscoe (1975) dalam (Sari & Rohman, 2015) yaitu dengan menggunakan *rules of thumb* (pedoman kasar) bahwa dalam penelitian, minimal jumlah untuk sampel penelitian adalah 30. Jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 210 responden dengan kriteria konsumen pada penelitian ini yaitu merupakan ibu rumah tangga yang ditemukan oleh peneliti di Pasar Cibinong dan sedang atau pernah membeli daging ayam broiler. Baik data primer maupun sekunder digunakan sebagai sumber data untuk penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket dan melakukan wawancara. Angket yang digunakan yaitu merupakan kuesioner tertutup yang diukur menggunakan skala likert dengan cara pengukuran memiliki rentang nilai dari 1 sampai 4, dengan skor terbesar 4 dan skor terkecil adalah 1.

Jumlah anggota keluarga, pendidikan, harga, jumlah pendapatan, lokasi, dan kualitas adalah variabel bebas pada penelitian ini. Variabel dependen

pada studi kasus ini yaitu keputusan konsumen ketika melakukan pembelian daging karkas ayam broiler.

Analisis regresi logistik biner telah digunakan sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini. Analisis deskriptif juga digunakan dalam menjelaskan karakteristik responden dan menjelaskan hasil mengenai data-data yang telah didapat. Analisis regresi logistik digunakan untuk menentukan temuan-temuan mengenai variabel-variabel yang diyakini mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli daging ayam broiler. Data biner pada penelitian ini digunakan kriteria yang berlawanan yaitu Y adalah 1= selalu membeli dan Y adalah 0 = tidak selalu membeli pada pembelian daging ayam broiler.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini yaitu merupakan pengunjung atau pelanggan di Pasar Tradisional Cibinong di Kabupaten Bogor, yang ditemui peneliti di lokasi dengan persyaratan untuk ibu rumah tangga yang pernah membeli daging ayam broiler. Jumlah responden yang diambil saat penelitian ini berlangsung yaitu berjumlah 210 responden. Jumlah anggota keluarga, pekerjaan, pendapatan dan tingkat pendidikan adalah

karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini. Pada Tabel 1 dapat dilihat mengenai hasil dari karakteristik responden pada Pasar Cibinong.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah
		--jiwa--
Jumlah Anggota	1 – 3 Anggota	83
Keluarga	4 – 6 Anggota	123
	7 – 10 Anggota	4
	>10 Anggota	0
Pendapatan	< Rp 1.000.000	2
	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	14
	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	76
	> Rp 4.000.000	118
Pekerjaan	Pegawai Swasta	52
	Pegawai Negeri	7
	Wiraswasta	38
	Ibu Rumah Tangga	113
Pendidikan	SD	1
	SMP	36
	SMA	138
	D3/S1	35
Frekuensi Pembelian	1 – 3 kali / bulan	102
	4 – 6 kali / bulan	82
	>6 kali / bulan	26
Jumlah Pembelian	1 – 3 kg / bulan	116
	4 – 6 kg / bulan	74
	>6 kg / bulan	20
Jenis Daging	Dada	49
	Paha	33
	Sayap	19
	>1 Bagian	109

Sumber: Data Primer (2023)

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kebanyakan responden yang memutuskan untuk membeli daging ayam ras di Pasar Cibinong memiliki 4 hingga 6 jumlah anggota yang rata-rata berisikan ayah, ibu, dan anak, memiliki pendapatan > Rp 4.000.000 per bulan, berstatus sebagai ibu rumah tangga, berpendidikan SMA, serta frekuensi pembelian terhadap daging ayam di pasar cibinong 1-3 kali

setiap bulan dengan jumlah pembelian daging ayam 1-3 kg setiap bulan, dan jenis bagian daging ayam yang sering dibeli yaitu lebih dari 1 bagian daging ayam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang sering berbelanja daging ayam broiler di pasar cibinong sebagian besar memiliki jenjang pendidikan terakhir SMU dan berstatus sebagai ibu rumah tangga. Menurut pendapat Rahmadani et al (2018), ibu rumah tangga bertanggung jawab untuk mengidentifikasi kebutuhan sehari-hari keluarga dalam sebuah rumah tangga. Ibu rumah tangga mengetahui kebutuhan-kebutuhan pokok dalam keluarga, sehingga memiliki peran yang cukup besar dalam membuat keputusan tentang apa yang akan dia beli untuk kebutuhan keluarganya.

Sebelum melakukan uji regresi logistic, perlu dilakukan uji kelayakam model regresi dengan uji *Hosmer and Lemeshow*, dan uji *Pseudo R Square*. Dalam uji *Hosmer and Lemeshow*, Hipotesis nol (H0) diterima jika hasilnya memiliki kriteria nilai probabilitas kurang dari 0,05. Mengingat nilai signifikansi untuk model ini adalah 0.250 yang artinya lebi besar dari 0.05, maka model ini sesuai untuk penelitian ini karena memiliki nilai signifikansi yang lebih

tinggi. Dalam penelitian ini, faktor-faktor independen memiliki kemampuan sebesar 0,631 untuk menjelaskan variabel dependen atau sebesar 63,1% karena berdasarkan nilai *Nagelkerke R Square* yang memiliki nilai sebesar 0,631.

Nilai dari *omnibus test* merupakan nilai untuk melihat hasil dari uji serempak, yang memiliki kriteria bahwa H0 ditolak dan H1 lah yang diterima jika nilai

estimasi signifikansi tidak lebih tinggi dari 0,05. Hasil dari nilai signifikansi hitung yaitu 0,000 yang memiliki arti lebih rendah dari 0,05, dengan kata lain bahwa variabel jumlah anggota keluarga, tingkat Pendidikan, pendapatan keluarga, harga, kualitas, dan lokasi secara serempak mampu mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian daging ayam broiler.

Tabel 2. Hasil Uji Parsial

Variabel	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Jumlah Anggota Keluarga	0,557	0,201	7,689	1	0,006	1,746
Pendapatan Keluarga	0,208	0,161	1,662	1	0,197	1,231
Tingkat Pendidikan	-0,179	0,182	0,936	1	0,326	0,836
Harga	0,815	0,216	14,192	1	0,000	2,259
Kualitas	-0,096	0,235	,166	1	0,684	0,909
Lokasi	0,352	0,140	6,304	1	0,012	1,422
<i>Constant</i>	-15,219	3,225	22,263	1	0,000	0,000

Sumber: Data Primer (2023)

Persamaan regresi logistik berikut dapat diperoleh berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 2:

$$Y = \ln \left(\frac{p_i}{1-p_i} \right) = -15,219 + 0,557X_1 + 0,208X_2 - 0,179 X_3 + 0,815 X_4 - 0,096 X_5 + 0,352 X_6 + e$$

Dilihat dari hasil analisis uji regresi logistik pada Tabel 3, diperoleh hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga (X1), harga (X4), dan lokasi (X6) yang secara parsial dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli daging ayam broiler, sedangkan variabel pendapatan keluarga (X2), tingkat pendidikan (X3), dan kualitas (X5) dikatakan tidak

mempengaruhi keputusan pembelian ayam pedaging.

Variabel jumlah anggota keluarga dinyatakan jumlah signifikansi sebesar 0,006, nilai koefisien 0,557, dan nilai Exp(B) yaitu 1,746 berdasarkan hasil pada Tabel 2, maka dapat dikatakan yaitu variabel jumlah anggota keluarga memiliki dampak positif yang cukup besar dan berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian daging ayam broiler bagi konsumen, karena setiap keluarga sering mengonsumsi daging ayam broiler dalam kehidupan sehari-hari, dan menjadikan ayam sebagai salah satu sumber protein. Sesuai dengan penelitian

Anggraini (2019) yang menunjukkan bahwa bagaimana keputusan konsumen untuk membeli daging ayam broiler sangat dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga mereka. Karena daging ayam adalah makanan yang umum dikonsumsi oleh banyak orang setiap hari bersama keluarga, konsumen memilih untuk membeli daging ayam ras saja dan jika variabel jumlah anggota keluarga bertambah satu unit, maka konsumen Pasar Cibinong memiliki kemungkinan 1,746 kali lebih besar untuk membeli daging ayam broiler.

Variabel pendapatan keluarga menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,197 > 0,05$, nilai *odds ratio* sebesar 1,231, dan nilai koefisien sebesar 0,208, maka keputusan konsumen dalam membeli daging ayam ras di Pasar Cibinong tidak dipengaruhi oleh variabel pendapatan keluarga. Berdasarkan data identitas responden bahwa rata-rata jumlah pendapatan paling banyak yaitu dengan pendapatan $> \text{Rp } 4.000.000$, rata-rata jumlah pendapatan konsumen tersebut tergolong tinggi, oleh karena itu kebutuhan akan daging ayam broiler tidak menjadi permasalahan terhadap pendapatan yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan Arafah & Mujayin (2020) dalam penelitiannya, bahwa pendapatan

konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam ras pedaging. Kebutuhan pelanggan untuk membeli daging ayam broiler tidak ditentukan berdasarkan pada pendapatan, akan tetapi lebih didasarkan pada selera. Sesuai dengan pendapat Puryantoro & Istiqomah (2021) pada penelitiannya yang menyatakan bahwa keputusan pembelian daging ayam broiler oleh pembeli tidak berpengaruh jumlah pendapatan yang dimilikinya, karena keputusan konsumen saat membeli daging ayam broiler lebih ditentukan berdasarkan kesadaran atau keinginan konsumen.

Nilai *odds ratio* variabel tingkat pendidikan menghasilkan nilai sebesar 0,836, nilai koefisien sebesar -0,179, dan nilai signifikansi sebesar 0,326, angka signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, pertimbangan untuk membeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong dapat dikatakan tidak terpengaruh oleh tingkat pendidikan seseorang. Konsumen atau pelanggan daging karkas ayam di Pasar Cibinong mengatakan tidak memperoleh informasi lebih dalam mengenai manfaat dan kandungan daging ayam dari pendidikan yang sudah mereka tempuh, konsumen membeli daging ayam broiler karena daging ayam banyak diminati oleh

keluarga dan tidak terlalu memperhatikan kandungan gizi dalam daging ayam. Kastalani et al (2017), menyatakan bahwa ketika pendidikan seseorang semakin tinggi, maka berpengaruh terhadap kenaikan pengeluaran untuk kebutuhan konsumsi, tingginya pendidikan seseorang dapat menurunkan pola konsumsi daging ayam broiler.

Nilai signifikansi variabel harga menghasilkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai koefisien sebesar 0,815 dan nilai *odds ratio* sebesar 2,259, oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian daging ayam broiler dan berdampak positif pada pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian daging ayam broiler di Pasar Cibinong. Harga daging ayam broiler di Pasar Cibinong berkisar antara Rp 33.000 hingga Rp 35.000 per kilogram, harga jual daging ayam broiler tersebut lebih murah daripada di pasar kontemporer atau tempat ritel lainnya. Harga daging ayam menjadi pertimbangan awal dari konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Pardede & Haryadi (2017), bahwa bagi konsumen harga adalah faktor yang perlu dipertimbangkan saat membeli produk karena dapat

mempengaruhi bagaimana konsumen melihat suatu produk. Karena harga jual daging ayam di Pasar Cibinong tidak lebih mahal dan kualitas yang sebanding dengan daging ayam broiler yang dijual pada tempat lainnya, konsumen berpikir untuk membelinya dan meningkatnya variabel harga sebesar 1 satuan maka akan membuat kecenderungan konsumen akan membeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong meningkat menjadi 2,259 kali.

Variabel kualitas menghasilkan nilai signifikansi $0,684 > 0,05$, nilai koefisien (B) sebesar -0,096 dan nilai $\text{Exp}(B)$ sebesar 0,909, maka dikatakan bahwa variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap pilihan konsumen terhadap daging ayam broiler. Menurut pendapat Putri et al. (2022) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian daging ayam secara parsial, hal ini bertentangan dengan pernyataan mereka.. Para pelanggan berpendapat bahwa daging ayam broiler di Pasar Cibinong berkualitas baik, tetapi mereka hanya mempertimbangkan kualitas daging secara umum, bukan secara spesifik. Karena banyak konsumen yang tidak memperhitungkan variabel kualitas

saat membeli daging ayam broiler, maka variabel kualitas tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan konsumen saat membeli daging ayam.

Variabel lokasi menghasilkan nilai Exp (B) 1,422, dengan nilai koefisien (B) 0,352, dan signifikansi sebesar 0,012 yang berarti lebih rendah dari 0,05, Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong secara signifikan dipengaruhi oleh faktor lokasi dan pertimbangan lokasi memiliki dampak positif yang baik terhadap keputusan akan membeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong. Saat membeli sesuatu, lokasi sangat penting bagi konsumen, oleh karena itu lokasi menjadi faktor yang banyak dipertimbangkan oleh konsumen saat melakukan pembelian, konsumen sering kali memilih untuk berbelanja di dekat rumah mereka atau di lokasi yang mudah dijangkau saat melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih et al (2021) yang menemukan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi apakah seseorang akan membeli daging ayam broiler adalah lokasi penjualan. Lokasi usaha berhubungan langsung dengan pembeli dan merupakan tempat produsen. Pasar

Cibinong merupakan pasar tradisional yang sudah berdiri sejak lama, sehingga bagi masyarakat, sudah menjadi kebiasaan untuk berbelanja ayam pedaging di Pasar Cibinong. Kecenderungan konsumen untuk membeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong akan meningkat sebesar 1,422 kali jika variabel lokasi meningkat 1 satuan. Hal ini selaras dengan Penelitian Dzakiyyah dan Agustina (2021), bahwa Jika tempat tinggal mereka berdekatan dengan lokasi pasar, maka pelanggan cenderung memilih untuk membeli daging ayam ras di sana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil memperlihatkan bahwa pembeli daging ayam broiler di Pasar Cibinong didominasi oleh responden dengan jumlah anggota keluarga 4 – 6 anggota, mayoritas bekerja sebagai ibu rumah tangga, dan mayoritas memiliki latar belakang pendidikan SMA. Konsumen daging ayam broiler di Pasar Cibinong rata-rata memiliki pendapatan lebih dari Rp 4.000.000,- per bulan.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi logistik menunjukkan yaitu faktor – faktor seperti jumlah anggota

keluarga, tingkat pendidikan, harga, kualitas, lokasi, dan pendapatan keluarga berpengaruh secara serempak terhadap keputusan daging ayam broiler di Pasar Cibinong. Sementara, variabel pendapatan keluarga, tingkat pendidikan, dan kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan daging ayam broiler di Pasar Cibinong. Variabel jumlah anggota keluarga, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan daging ayam broiler di Pasar Cibinong, sedangkan

Saran

Mempertimbangkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor tambahan yang lebih khusus yang diduga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli daging ayam broiler di Pasar tradisional. Rekomendasi untuk para pedagang daging ayam broiler di pasar tradisional adalah mereka diharapkan dapat lebih menjaga kualitas dan kebersihan daging ayam yang mereka jual, sehingga para pelanggan lebih nyaman ketika berbelanja di pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M. A. (2019). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Membeli Ayam Ras Pedaging (*Gallus Domesticus*) Di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Agribisnis Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2): 1–7.
- Arafah, & Mujayin, Y. (2020). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Potong di Pasar Tradisional Kabupaten Donggala (Studi Kasus Pasar Ganti). *Jurnal Ilmiah AgriSains*, 21(2): 87–96.
- Kastalani, Yemima, & Sularso, H. (2017). Analisis Pendapatan, Pendidikan Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler Di Desa Sei Asam Kabupaten Kapuas. *Jurnal Ilmu Hewani Tropika (Journal Of Tropical Animal Science)*, 6(2): 48–51.
- Khotimah, D. K., & Mayulu, H. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam Broiler Segar Dan Beku Di Kota Samarinda. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 1(1): 46–54.
- Ningsih R. W., Nasti N., & Syafrizal. (2021). Pengaruh lokasi penjualan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada peternakan ayam ras pedaging (broiler) Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 6(1): 63–71.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1): 55–79.
- Putri, D. P., Firdaus, R., & Juhari, J. (2022). Analisis Harga Dan

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
DAGING AYAM BROILER DI PASAR CIBINONG KABUPATEN BOGOR
Sarah Faradhila Ramadhanti, Migie Handayani, Mukson

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Pasar Induk Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1): 113–120.
- Rahmadani, F., Budiraharjo, K., & Setiyawan, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kabupaten Demak. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(1): 73–78.
- Ridha, A. (2017). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomikawan*, 17(1): 23–31.
- Sari P. T., & Rohman, A. (2015). Persepsi Mahasiswa Atas Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Dengan Etika Pengguna Sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2): 1–11.
- Ulupi, N., Nuraini, H., Parulian, J., & Kusuma, S. Q. (2018). Karakteristik karkas dan non karkas ayam broiler jantan dan betina pada umur pemotongan 30 hari. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 6(1): 1–5.