

## **Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Secara Online di Era *New Normal* Covid-19 Kota Bandar Lampung, Lampung**

### ***Consumer Behavior in Purchasing Broiler Chicken Meat Online in the New Normal Era of Covid-19 in Bandar Lampung City, Lampung***

**Abu Haris Husain<sup>1</sup>, Yaktiworo Indriani\*<sup>2</sup>, Agus Hudoyo<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

Jl. Soematri Brojongoro No 1, Bandar Lampung

Email: yaktiworo.indriani@fp.unila.ac.id

(Diterima 11-06-2024; Disetujui 17-07-2024)

#### **ABSTRAK**

Konsumen cenderung mengalami perubahan sikap dan kepuasan terhadap pembelian daging ayam broiler di era *new normal*. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei yang bertujuan untuk mengetahui sikap dan tingkat kepuasan konsumen dengan memperhatikan atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli daging ayam broiler di era *new normal*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 116 responden. Data penelitian dianalisis dengan konjoin yang menggambarkan sikap konsumen berdasarkan evaluasi berbagai atribut produk dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur atribut yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian daging ayam broiler. Berdasarkan analisis konjoin menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap daging ayam broiler di era *new normal* mengarah pada hal yang sangat baik dengan atribut yang paling disukai oleh konsumen rumah tangga Bandar Lampung yaitu label halal, tekstur daging, jenis pembelian, harga ayam, aroma, dan warna kulit. Kombinasi atribut ayam broiler yang disukai konsumen rumah tangga Bandar Lampung yaitu harga murah, aroma tidak anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur kenyal, ada label halal, dan jenis pembelian secara online. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan indeks kepuasan konsumen terhadap daging ayam broiler sebesar 91,39 persen yang berada pada kategori sangat puas. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja atribut tekstur, jenis pembelian, halal dan warna daging ayam broiler berada pada rentang 4,18-4,28 masuk ke dalam kategori sangat puas. Adapun kepuasan konsumen terhadap kinerja atribut harga dan aroma daging ayam broiler berada pada rentang 4,07 dan 4,06 masuk ke dalam kategori puas.

Kata kunci: Daging ayam broiler, sikap konsumen, kepuasan konsumen

#### **ABSTRACT**

*Consumers tend to experience changes in attitudes and satisfaction towards purchasing broiler chicken meat in the new normal era. This research was conducted using a survey method which aims to determine consumer attitudes and levels of satisfaction by paying attention to what attributes consumers consider before buying broiler chicken meat in the new normal era. The number of samples in this study was 116 respondents. Research data was analyzed conjointly which describes consumer attitudes based on evaluation of various product attributes and Importance Performance Analysis (IPA) to measure attributes that influence consumer satisfaction with purchasing broiler chicken meat. Based on conjoint analysis, it shows that consumer attitudes towards broiler chicken meat in the new normal era are in a very good direction with the attributes most liked by household consumers in Bandar Lampung, namely halal labels, meat texture, type of purchase, price of chicken, aroma and skin color. The combination of broiler chicken attributes that Bandar Lampung household consumers like is cheap price, not rancid aroma, shiny yellowish red skin color, chewy texture, halal label, and online purchase type. The level of consumer satisfaction based on the consumer satisfaction index for broiler chicken meat is 91.39 percent which is in the very satisfied category. The level of consumer satisfaction with the performance attributes of texture, type of purchase, halal and color of broiler chicken meat is in the range of 4.18-4.28, falling into the very satisfied category. Meanwhile, consumer satisfaction with the performance attributes of price and aroma of broiler chicken meat is in the range of 4.07 and 4.06, which is in the satisfied category.*

*Key words: Broiler chicken meat, consumer attitudes, consumer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Dalam subsektor pertanian, peternakan merupakan salah satu sektor yang memiliki peluang besar untuk dapat berkembang dan mampu memiliki peran penting dalam upaya penyediaan kebutuhan pangan masyarakat Indonesia, khususnya kebutuhan akan protein hewani. Dalam setiap tahunnya, terdapat tren peningkatan kebutuhan masyarakat akan produk-produk peternakan, hal ini beriringan dengan pertumbuhan jumlah penduduk serta adanya peningkatan kesadaran yang dimiliki masyarakat terkait dengan pentingnya pemenuhan protein hewani dalam meningkatkan kualitas hidup.

Berdasarkan data Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan Tahun 2021 Kementerian Pertanian RI, total produksi daging tahun 2021 sebanyak 4,5 juta. Produksi daging terbesar disumbang oleh ayam ras pedaging yaitu sebesar 70,14 persen. Daging ayam ras pedaging atau dikenal pula dengan ayam broiler menjadi salah satu pilihan sumber pangan hewani yang memiliki banyak konsumen di tanah air. Kondisi ini terjadi karena harga daging ayam ras pedaging atau ayam broiler cenderung lebih terjangkau dan mudah diperoleh jika dibandingkan dengan jenis daging ayam lainnya. Pada Tabel 1 dapat dilihat tren produksi daging ayam broiler di Indonesia dan Provinsi Lampung dalam kurun waktu lima tahun terakhir (BPS Indonesia, 2022).

**Tabel 1 . Produksi daging ayam broiler di Indonesia dan Provinsi Lampung tahun 2017-2021 (ton)**

Produksi daging ayam broiler	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Produksi daging ayam broiler di Indonesia (ton)	3.180.000	3.410.000	3.500.000	3.220.000	3.430.000
Produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung (ton)	94.135	87.112	99.773	92.358	103.927

Sumber: BPS Indonesia, 2017-2021

Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik tahun 2017-2021 yang dapat dilihat pada Tabel 1, produksi daging ayam broiler di Indonesia cenderung mengalami peningkatan pada rentang waktu lima tahun terakhir. Pada tahun 2017-2019 jumlah produksi mengalami peningkatan akan tetapi akibat efek pandemi Covid-19 pada tahun 2020 jumlah produksi daging ayam broiler menurun drastis, namun kembali naik di tahun 2021.

Banyak faktor yang memengaruhi rendahnya permintaan daging ayam broiler saat pandemi Covid-19. Banyak tradisi masyarakat terhenti saat pandemi akibat diterapkannya pembatasan sosial berskala besar dan memengaruhi permintaan daging ayam broiler. Penurunan perolehan pendapatan masyarakat saat pandemi covid-19 juga menyebabkan daya beli masyarakat turun sehingga mengakibatkan lesunya permintaan daging ayam broiler. Data penurunan produksi daging ayam broiler saat pandemi Covid-19 secara nasional selaras dengan data produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung. Terjadinya penurunan jumlah produksi daging ayam broiler saat terjadi pandemi, tidak diiringi dengan penurunan konsumsi daging ayam di Provinsi Lampung. Hal tersebut disebabkan karena kebutuhan daging pada masa pandemi Covid-19 sangatlah dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani guna menjaga imunitas tubuh. Jumlah konsumsi daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung berdasarkan data (BPS Provinsi Lampung, 2022) disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Rata-rata konsumsi daging ayam broiler per kapita per bulan (kuantitas) di Indonesia dan Kota Bandar Lampung tahun 2017-2021**

No	Rata-rata konsumsi daging ayam	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Indonesia	0,49	0,48	0,50	0,52	0,57
2	Bandar Lampung	0,52	0,49	0,53	0,63	0,66

Sumber: BPS Provinsi Lampung, 2022

Menurut (Yurike, 2022), dalam rentang waktu pandemi COVID-19, terjadi penurunan permintaan daging ayam broiler karena adanya pemberlakuan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Selain itu, juga disebabkan karena daya beli masyarakat tergolong rendah akibat pendapatan yang menurun hingga disertai dengan tidak stabilnya harga pangan. PSBB dan PPKM di masa Pandemi covid-19 mengakibatkan terbatasnya ruang gerak masyarakat. Masyarakat dalam kondisi ini dituntut untuk

dapat melakukan kegiatan sehari-hari hanya dari rumah. Kondisi ini pada akhirnya membentuk gaya hidup baru terutama dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan protein hewani dari daging ayam broiler pedaging yakni terdapat perubahan terkait alur pendistribusian daging ayam menuju pasar modren hingga merebaknya perdagangan dengan basis digital/online.

Beragamnya jenis *e-commerce* yang menyediakan jasa jual beli daging di Kota Bandar Lampung antara lain Best Meat, Yamiku, Kios unggas, Jubela, Yubis, Dansfarm, Growfresh Indonesia dan lain-lain, menjadi pilihan baru untuk masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan terhadap daging ayam. Fakta menariknya, banyak konsumen mengatakan bahwa di era *new normal* mereka berencana untuk tetap berbelanja online bahkan saat toko fisiknya sudah kembali dibuka. Menurut (Priyambodo et al., 2021), saat *new normal* harapannya ialah segala kondisi telah berangsur-angsur membaik, salah satunya terkait daya beli masyarakat terhadap daging ayam broiler. Pada era *new normal* konsumen sudah semakin selektif dalam menentukan pilihannya kala membeli daging broiler, baik dari segi produk daging ayam bermutu maupun dari fasilitas pelayanannya. Hal ini tentu menjadi hal yang dipikirkan oleh para produsen dalam mengupayakan terciptanya kepuasan pelanggan yang maksimal. Pentingnya memperhatikan pemilihan atribut yang memiliki kaitan dengan tingkat kepentingan serta kesesuaian produk dianggap dapat memuaskan keinginan maupun sikap konsumen. Adanya pemahaman terhadap atribut yang menjadi pilihan konsumen tentunya akan mempermudah para produsen untuk dapat memberi perhatian yang lebih terhadap atribut tersebut. Hal ini diharapkan dapat mengubah hingga membentuk sikap maupun kepuasan konsumen secara lebih positif terhadap daging broiler.

Dalam menentukan pilihan produk yang hendak dibeli, konsumen senantiasa mengamati sejumlah atribut ataupun karakteristik tertentu yang melekat pada produk tersebut. Hal ini akan dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian produk. Menurut (Sumarwan, 2014), perilaku konsumen akan memiliki kaitan yang erat dengan atribut produk. Dalam konteks ini, eksistensi atribut produk menjadi suatu komponen yang krusial untuk dipertimbangkan pihak konsumen sebelum memutuskan pembelian sebuah produk. Adapun beberapa atribut yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam pembelian daging ayam broiler antara lain harga, aroma, warna kulit, tekstur daging, label halal, dan jenis pembelian. Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sikap dan kepuasan konsumen dalam pembelian daging ayam broiler di era *new normal* di Kota Bandar Lampung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni-Juli 2023 di Kota Bandar Lampung dengan melibatkan konsumen rumah tangga yang mengonsumsi daging ayam broiler dan melakukan pembelian daging ayam broiler di tujuh kios daging ayam broiler yakni kios Bestmeat, Yamiku, Kios unggas, Jubela, Yubis, Dansfarm, Growfresh Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori menggunakan cara meneliti interaksi antar variabel (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggambarkan interaksi antar variabel atribut produk, preferensi dan kepuasan konsumen.

Populasi, sampel dan responden pada penelitian ini ialah seluruh konsumen daging broiler yang telah ditentukan berdasarkan *database* penjualan ke tujuh kios yang dijadikan objek penelitian. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-random sampling* dengan menggunakan teknik *quota sampling* dimana pengambilan sampel ditetapkan dengan berdasarkan karakteristik tertentu dan jumlah yang telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini melibatkan 116 responden konsumen rumah tangga yang membeli daging broiler di wilayah Bandar Lampung. Data yang dikumpulkan terdiri atas data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh melalui data kependudukan, data konsumsi protein hewani, dan data produksi daging dari Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, Bandar Lampung dan Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Bandar Lampung, serta sumber rujukan lainnya yang memiliki relevansi dengan tujuan penelitian. Data primer diperoleh dari kuesioner dan wawancara kepada konsumen daging ayam broiler. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebar kuesioner yang dibagikan melalui media elektronik yaitu *Google Form*. Data primer yang digunakan berupa karakteristik pribadi konsumen dan perilaku konsumen yang meliputi sikap dan kepuasan konsumen rumah tangga terhadap atribut daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung. Tabel 3 menunjukkan atribut dan level atribut produk daging ayam broiler.

**Tabel 3. Penentuan atribut dan level atribut produk daging ayam bermutu**

No	Atribut	Level Atribut
1	Harga (H)	Murah (H1) Mahal (H2)
2	Aroma (A)	Tidak anyir (A1) Anyir (A2)
3	Warna Kulit (W)	Merah kekuningan mengkilat (W1) Putih pucat kekuningan (W2)
4	Tekstur daging (T)	Kenyal (T1) Tidak kenyal (T2)
5	Label halal	Ada (L1) Tidak ada (L2)
6	Jenis pembelian	Online (J1) Offline (J2)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin dan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis konjoin menggambarkan preferensi konsumen berdasarkan evaluasi berbagai atribut produk. Tahapan awal dalam melakukan analisis konjoin yakni menetapkan atribut dan level atribut produk daging ayam broiler yang dapat dilihat pada Tabel 3. Setiap atribut daging yang terpilih diberikan tingkatan atau level atribut minimal dua level. Kemudian membuat kombinasi atribut (stimuli) menggunakan prosedur *orthogonal*. Prosedur *orthogonal* tersedia pada aplikasi *SPSS* dan dapat menghasilkan beberapa kombinasi stimuli dari masing-masing sub atribut. Prosedur *orthogonal* menghasilkan sejumlah delapan kombinasi yang memiliki level di setiap atribut yang berbeda. Adanya penggunaan tersebut diharapkan dapat mempermudah penilaian yang diberikan konsumen. Responden memberi penilaian terhadap setiap kombinasi atribut (stimuli) yang ada pada kuesioner mengenai kombinasi atribut daging ayam broiler yang mereka inginkan dengan menggunakan skala likert 1-5 sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Setiap konsumen memiliki pendapatnya masing-masing yang digunakan untuk menentukan sikap konsumen dengan analisis konjoin. Model dasar analisis konjoin direpresentasikan menggunakan persamaan (Ary, 2015):

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k \beta_{ij} X_{ij}$$

Dimana:

$U(X)$  = Keseluruhan utilitas dari alternatif

$\beta_i$  = *utility* dari faktor ke  $i$  ( $i=1,2,\dots,m$ ) dan faktor ke  $j$  ( $j=1,2,\dots,k$ )

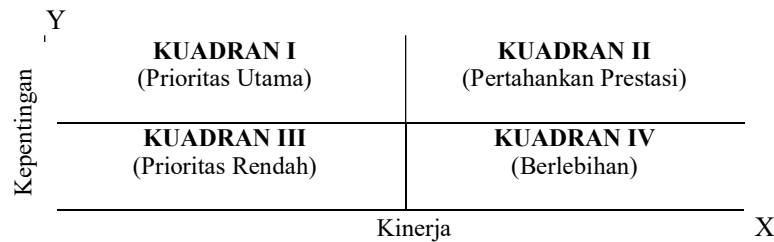
$k_i$  = nomer level pada atribut  $i$

$m$  = jumlah atribut

$X_i$  = 1 apabila level  $j$  dari atribut dan 0 kalau tidak dipilih

Estimasi nilai utilitas ( $\mu$ ) dilakukan pada setiap kombinasi dengan menyesuaikan setiap variabel *dummy*. Jika  $\mu(x)$  bernilai positif, maka konsumen menyukai kombinasi daging ayam tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika  $\mu(x)$  bernilai negatif, maka konsumen kurang menyukai kombinasi daging ayam tersebut.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut yang bermanfaat dalam pengembangan program maupun strategi pemasaran yang efektif (Yola & Budianto, 2016). Analisis IPA dilakukan dengan tujuan agar dapat menentukan atribut mana yang memiliki kinerja rendah dan harus ditingkatkan. Responden akan melakukan penilaian tingkat kepentingan dan kinerja atribut daging ayam broiler. Selanjutnya nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis dengan memanfaatkan metode matriks IPA, yang mana sumbu  $x$  mewakili kinerja sedangkan sumbu  $y$  mewakili kepentingan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran yang disajikan pada Gambar 1 (Fandy & Chandra, 2016).



Gambar 1. Matriks Importance Performance Analysis (IPA)

Kuadran 1 (*main priority*). Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen tetapi kenyataannya kinerja faktor-faktor tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Kinerja dari variabel yang masuk ke dalam kuadran ini harus ditingkatkan kedua pasar agar kepuasan konsumen meningkat.

Kuadran II (*maintain performance*). Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Kedua pasar harus mempertahankan variabel yang masuk dalam kuadran ini karena dapat menjadikan produk tersebut unggul di mata pelanggan.

Kuadran III (*low priority*). Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerjanya juga tidak terlalu istimewa. Manfaat dari variabel-variabel ini memiliki pengaruh yang kecil bagi konsumen, walau demikian kedua pasar dapat mempertimbangkan apabila hendak melakukan perbaikan.

Kuadran IV (*over acting*). Wilayah ini memuat faktor-faktor yang kurang penting bagi konsumen dan kinerjanya dianggap berlebihan. Kedua pasar dapat mempertimbangkan untuk mengurangnya sehingga dapat menghemat biaya.

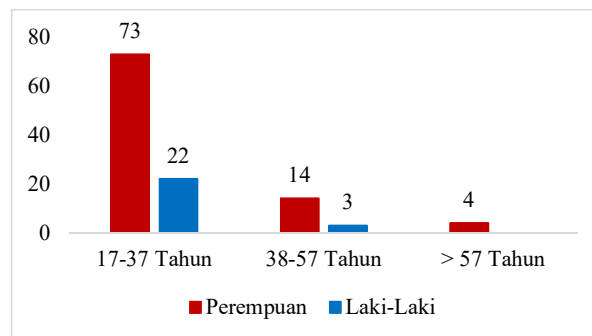
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Konsumen Daging Ayam Broiler

Informasi karakteristik setiap responden diperoleh berdasarkan sosiodemografi yang meliputi usia, jenis kelamin, jumlah anggota dan pendapatan rumah tangga, tingkat pendidikan serta pekerjaan.

#### Usia dan Jenis Kelamin Responden

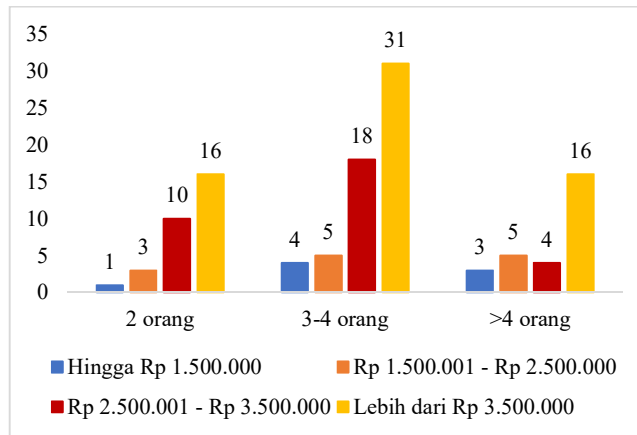
Gambar 2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin. Kelompok usia konsumen paling banyak berkisar 17-37 tahun yaitu 82%. Umur responden rata-rata berada pada rentang usia 17-37 tahun, hal ini mengindikasikan bahwa umur sampel berada dalam kategori usia produktif sesuai dengan kriteria Badan Pusat Statistik dan Konsumen dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan yakni 78%. Hal ini terjadi karena pada umumnya perempuan dewasa lebih dominan dalam berbelanja kebutuhan pangan sehari-hari dan memiliki pertimbangan serta pengalaman dalam mengambil keputusan pembelian daging ayam broiler.



Gambar 2. Sebaran konsumen rumah tangga daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung berdasarkan usia dan jenis kelamin

### Tingkat Pendapatan dan Jumlah Anggota Rumah Tangga Responden

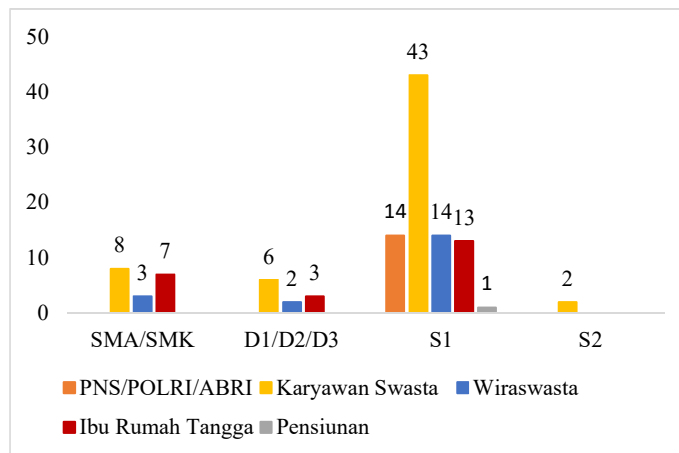
Berdasarkan Gambar 3, nampak bahwa jumlah anggota keluarga tertinggi adalah 3-4 orang konsumen sebanyak 50% dengan tingkat pendapatan tertinggi mencapai lebih dari Rp3.500.000. hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging ayam broiler di kios unggas kota Bandar Lampung mempunyai tingkat pendapatan yang cukup tinggi. Keluarga yang memiliki pendapatan tinggi akan dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan banyak jumlah anggota keluarga dibandingkan dengan pendapatan rendah. Pendapatan rumah tangga memengaruhi pola, ragam, gizi dan jumlah konsumsi pangan. Apabila sebuah rumah tangga memiliki pendapatan yang tergolong rendah, maka jenis pangan yang dikonsumsi tidak memperhitungkan pola, ragam, gizi sehingga nilai materi lebih menjadi pertimbangan.



**Gambar 3. Sebaran konsumen rumah tangga daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung berdasarkan tingkat pendapatan dan jumlah anggota rumah tangga**

### Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Responden

Gambar 4 menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 72 % lebih dominan dan memiliki beragam pekerjaan yakni PNS/POLRI/ABRI, karyawan swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga dan pensiunan. Secara keseluruhan sebagian konsumen daging ayam broiler mempunyai tingkat pendidikan yang cukup tinggi dan pekerjaan yang terbilang mapan. Pendidikan yang lebih tinggi dan didukung dengan pekerjaan yang mapan dapat meningkatkan keinginan responden dalam pemenuhan gizi, khususnya pemenuhan kebutuhan akan protein hewani, melalui konsumsi daging ayam dibandingkan responden dengan tingkat pendidikan rendah.



**Gambar 4. Sebaran konsumen rumah tangga daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan**

### Sikap Konsumen Daging Ayam Broiler Pedaging pada Era *New Normal*

Sikap konsumen dalam membeli daging ayam broiler di 7 kios yang berada di kota Bandar Lampung dapat dikenali melalui pemilihan atribut yang dilakukan pihak konsumen saat proses wawancara. Adapun rincian atribut tersebut terdiri atas harga, aroma, warna kulit, tekstur daging, label halal, dan jenis pembelian. Pengukuran sikap konsumen ayam broiler dapat dilakukan dengan menggunakan analisis konjoin. Nilai kegunaan atau *utility value* menunjukkan mana level atribut yang paling disukai oleh rumah tangga. Hasil analisis konjoin pada produk ayam broiler di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Nilai kegunaan (*utility value*) pada setiap level atribut ayam broiler di Kota Bandar Lampung, tahun 2023**

Atribut	Level atribut	<i>Utility Value</i>	<i>Std. error</i>
Harga Ayam	Murah	0,167	0,012
	Mahal	-0,167	0,012
Aroma Ayam	Tidak anyir	0,158	0,012
	Anyir	-0,158	0,012
Warna Kulit Ayam	Merah kekuningan mengkilat	0,008	0,012
	Putih pucat kekuningan	-0,008	0,012
Tekstur Daging Ayam	Kenyal	0,130	0,012
	Tidak kenyal	-0,130	0,012
Label Halal Ayam	Ada	0,359	0,012
	Tidak ada	-0,359	0,012
Jenis Pembelian Ayam	Online	0,016	0,012
	Offline	-0,016	0,012

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa atribut harga daging ayam dengan harga murah memiliki nilai utilitas positif 0,167 artinya konsumen lebih menyukai harga daging ayam yang murah dibanding daging ayam yang memiliki harga mahal. Konsumen rumah tangga juga lebih menyukai daging ayam yang memiliki aroma tidak anyir, berwarna merah kekuningan mengkilat, tekstur kenyal, memiliki label halal dan dapat dilakukan dengan pembelian online. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ayu et al., 2020), yang mana hasil penelitian menggambarkan bahwa atribut harga pada daging ayam yang beradapada rentang harga Rp27.000 – Rp30.000 memiliki nilai utilitas positif 0,070 artinya konsumen lebih menyukai harga daging yang memiliki harga yang murah antara Rp27.000 – Rp30.000 dibanding dengan daging yang memiliki harga lebih dari Rp30.000.

Nilai utilitas menunjukkan tingkat kesukaan pihak konsumen terhadap suatu produk, semakin tingginya nilai utilitas maka tingkat konsumen terhadap atribut akan semakin tinggi. Sesuai dengan pernyataan (Ary, 2015) bahwa nilai utilitas merupakan nilai yang menandakan tingkat kesukaan konsumen, ketika nilai utilitas bernilai positif artinya konsumen menyukai atribut produk tersebut, tetapi jika utilitas bernilai negatif artinya konsumen kurang suka dengan atribut produk tersebut. Nilai kepentingan dari hasil analisis konjoin dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Nilai kepentingan (*importance value*) atribut ayam broiler di Kota Bandar Lampung, tahun 2023**

No	Atribut	<i>Importance Value</i>
1	Label Halal Ayam	23,532
2	Tekstur Daging Ayam	17,374
3	Jenis Pembelian Ayam	15,429
4	Harga Ayam	15,196
5	Aroma Ayam	14,500
6	Warna Kulit Ayam	13,969

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan nilai kepentingan dari masing-masing atribut, dari nilai tersebut akan memberikan gambaran mengenai atribut mana yang akan memberikan pengaruh paling tinggi pada konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler. Berdasarkan Tabel 6 nampak bahwa

atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen di Bandar Lampung yaitu atribut Label Halal ayam sedangkan atribut yang dinilai terakhir yaitu warna kulit ayam.

#### **Atribut Label Halal**

Label Halal ayam memiliki nilai kepentingan tertinggi, yaitu sebesar 23,532. Hal ini berarti rumah tangga di Kota Bandar Lampung menganggap bahwa tingkat label halal menjadi aspek pertama yang dipertimbangkan dalam membeli ayam broiler. Label Halal akan menjadi atribut yang paling dipertimbangkan kedepannya sebelum membeli ayam broiler, karena label halal tidak hanya menjadi jaminan kehalalan dari segi proses produksi, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kebersihan produk. Menurut (Firdayani & Sholichah, 2023) dicantumkannya label halal pada sebuah produk akan membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen. Selain itu, produk yang telah memiliki sertifikasi halal juga cenderung mampu mempunyai daya saing yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan produk sejenis yang tidak menunjukkan label halal. Selain itu, label halal juga memberikan kemudahan bagi konsumen muslim dalam melakukan pemilihan produk yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai keagamaan mereka.

#### **Atribut Tekstur Daging**

Tekstur daging ayam broiler memiliki nilai kepentingan setelah atribut label halal yang ditandai dengan nilai kepentingan sebesar 17,374. Pentingnya tekstur daging ayam menjadi aspek krusial dalam proses pemilihan ayam broiler. Tekstur daging yang baik mencerminkan kualitas dan kesegaran daging tersebut. Sebelum membeli ayam broiler, penting bagi konsumen untuk memeriksa tekstur daging dengan menekan dan meraba permukaannya. Daging yang berkualitas akan terasa kenyal, elastis, dan padat. Pernyataan ini bersesuaian dengan pendapat (Ayu et al., 2020) yang mengemukakan bahwa tekstur yang dimiliki dapat mengindikasikan kualitas daging, apakah daging tersebut masih berada dalam kondisi yang segar ataupun tidak. Kualitas tekstur daging yang baik juga dapat memengaruhi hasil masakan, memberikan rasa yang lebih lezat dan konsistensi yang memuaskan.

#### **Atribut Jenis Pembelian**

Jenis Pembelian ayam menjadi aspek ke tiga yang sangat dipertimbangkan oleh rumah tangga sebelum membeli ayam broiler. Atribut jenis pembelian memiliki nilai kepentingan sebesar 15,429 artinya setelah mempertimbangkan tingkat tekstur daging ayam maka atribut yang akan dipertimbangkan selanjutnya adalah jenis pembelian ayam broiler. Hal ini disebabkan jenis pembelian ayam online memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam hal waktu dan lokasi. Konsumen dapat memesan ayam melalui *platform e-commerce* atau aplikasi khusus di yang dimiliki masing-masing outlet. Menurut (Mardiyah et al., 2024), kemudahan menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang menggunakan *e-commerce*, terlebih kepada orang yang tidak memiliki pengalaman sebelumnya atau pengguna baru. Meskipun tidak dapat melihat langsung produk, konsumen dapat menilai dari pembelian yang telah dibeli sebelumnya atau dapat melihat ulasan pembeli sebelumnya dalam menilai kualitas dan kepuasan konsumen.

#### **Atribut Harga**

Harga ayam adalah atribut keempat setelah jenis pembelian. Atribut harga memiliki nilai kepentingan sebesar 15,196 hanya selisih 0,233 dengan jenis pembelian. Harga akan sangat menjadi pertimbangan bagi konsumen rumah tangga sebelum membeli ayam broiler, karena pada dasarnya konsumen akan lebih memilih ayam broiler dengan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang baik dibandingkan harga yang lebih tinggi dengan kualitas yang sama. Berdasarkan atas pendapat (Ismanto et al., 2018) harga merupakan nilai tukar atas sebuah produk untuk manfaat yang akan diberikan oleh produk itu sendiri. Harga dengan kategori murah dan terjangkau menjadi parameter dalam menentukan nilai produk dan kecocokan dengan anggaran belanja konsumen.

#### **Atribut Aroma**

Aroma ayam adalah atribut kelima dalam urutan nilai kepentingan atribut. Aroma memiliki nilai kepentingan sebesar 14,500 yang dimana memiliki arti bahwa aroma tidak akan memberikan pengaruh besar pada keputusan pembelian ayam broiler. Meskipun aroma daging ayam dapat memberikan indikasi tentang kesegaran dan kualitas daging, beberapa konsumen mungkin menganggapnya sebagai faktor yang kurang terlalu penting dalam proses pembelian ayam broiler. Beberapa orang mungkin lebih fokus pada aspek-aspek lain seperti tekstur, label halal, atau



kebersihan produk. Sesuai dengan penelitian (Ismanto et al., 2018) atribut aroma karkas menjadi urutan keempat yang dinilai penting oleh konsumen. Pada dasarnya aroma karkas menunjukkan baik atau tidaknya kualitas sebuah daging, jika sebuah daging memiliki aroma yang menyengat atau busuk, hal ini menunjukkan bahwa daging sudah tidak layak konsumsi. Selain itu, beberapa metode pengemasan atau penyimpanan dapat memengaruhi aroma daging ayam tanpa menunjukkan perubahan pada kualitas daging yang sebenarnya. Beberapa konsumen mungkin lebih percaya pada label tanggal kedaluwarsa, label halal dan sumber daging yang tertera, sebagai indikator yang lebih kredibel untuk menilai kesegaran dan keamanan daging ayam. Oleh karena itu, aroma dapat memberikan petunjuk tambahan, beberapa konsumen lebih memilih untuk memfokuskan perhatian pada faktor-faktor lain yang dianggap lebih nyata atau lebih mudah diukur dalam menentukan kualitas daging ayam broiler.

### Atribut Warna

Warna kulit ayam adalah atribut terakhir untuk diperhatikan oleh konsumen. Warna kulit ayam memiliki nilai kepentingan sebesar 13,969 yang dimana memiliki arti bahwa warna tidak akan memberikan pengaruh besar pada keputusan pembelian ayam broiler. Warna daging ayam bisa memiliki sejumlah variasi bergantung pada berbagai faktor diantaranya terkait jenis pakan, umur ayam, dan proses pemotongan. Warna daging yang lebih gelap atau lebih terang tidak selalu menjadi indikator utama dari kualitas daging ayam, karena hal ini bisa dipengaruhi oleh faktor genetik dan perbedaan dalam diet ayam. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mayulu et al., 2024) yang mengatakan bahwa warna daging ayam merupakan atribut yang penting dan dapat memengaruhi kualitas produk. Oleh karena itu, warna daging ayam bisa menjadi faktor pertimbangan bagi sebagian konsumen, namun tidak sedikit yang lebih memilih untuk fokus pada faktor-faktor lain yang dianggap lebih relevan dalam menilai kualitas dan keamanan daging ayam broiler.

Pada metode penelitian sebelumnya telah dijelaskan mengenai pembentukan stimuli atau kombinasi atribut dengan menggunakan program SPSS untuk mewakili dari seluruh atribut dan level atribut sikap konsumen ayam broiler. Adapun kombinasi atribut yang disukai oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung dapat ditentukan dengan cara menghitung total *utility value* atau total nilai kegunaan yang dapat dilihat dari hasil analisis konjoin pada masing-masing kombinasi atribut dan level atribut yang terbentuk. Kombinasi atribut yang disukai oleh rumah tangga ditentukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai kegunaan dari masing-masing level atribut pada masing-masing kombinasi atribut. Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa dari 8 kombinasi yang digunakan, maka kombinasi atribut ketujuh yang secara spesifik memberikan kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen ayam broiler tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung karena memiliki nilai *utility total* yang paling tinggi yaitu sebesar 0,838.

**Tabel 6. Total nilai kegunaan (*utility*) kombinasi atribut ayam broiler di Kota Bandar Lampung, tahun 2023**

Keterangan	<i>Utility total</i>
1 Harga mahal, aroma anyir, warna kulit putih pucat kekuningan, tekstur kenyal, ada label halal, pembelian offline	0,140
2 Harga mahal, aroma anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur kenyal, tidak ada label halal, pembelian online	-0,530
3 Harga mahal, aroma tidak anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur tidak kenyal, tidak ada label halal, pembelian offline	-0,506
4 Harga mahal, aroma tidak anyir, warna kulit putih pucat kekuningan, tekstur tidak kenyal, ada label halal, pembelian online	0,228
5 Harga murah, aroma anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur tidak kenyal, ada label halal, pembelian offline	0,230
6 Harga murah, aroma tidak anyir, warna kulit putih pucat kekuningan, tekstur kenyal, tidak ada label halal, pembelian offline	0,790
7 Harga murah, aroma tidak anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur kenyal, ada label halal, pembelian online	0,838
8 Harga murah, aroma anyir, warna kulit putih pucat kekuningan, tekstur tidak kenyal, tidak ada label halal, pembelian online	-0,472

Sumber: Data Primer diolah, 2023

### Kepuasan Konsumen Daging Ayam Broiler Pedaging Pada Era *New Normal*

Analisis IPA atau *Importance Performance Analysis* merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Berikut hasil rata-rata tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan kesenjangan daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung yang disajikan pada Tabel 7.

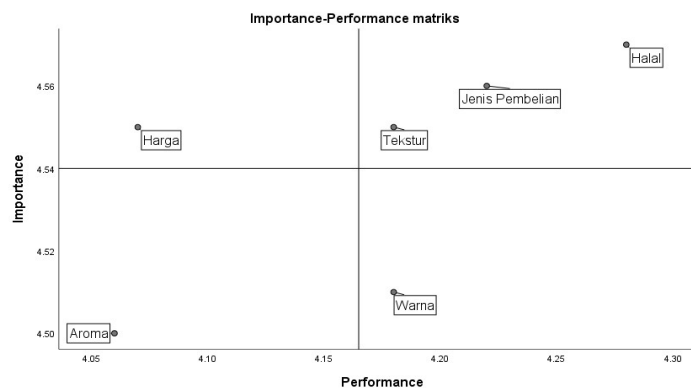
**Tabel 7. Rata-rata tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan kesenjangan produk daging ayam broiler**

No.	Atribut Penilaian	Tingkat Kepentingan (ei)	Tingkat Kinerja (bi)	Kesenjangan (ei-bi)
1.	Harga	4,55	4,07	0,48
2.	Aroma	4,50	4,06	0,44
3.	Warna kulit	4,51	4,18	0,33
4.	Tekstur	4,56	4,18	0,34
5.	Halal	4,57	4,28	0,29
6.	Jenis pembelian	4,55	4,22	0,37
<b>Rata-rata</b>		4,54	4,17	0,38

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Nilai rata-rata penilaian konsumen daging ayam broiler terhadap masing-masing atribut pada Tabel 7 menggambarkan beberapa kinerja atribut harus dipertahankan dan masih terdapat beberapa kinerja atribut yang perlu diperbaiki. Berdasarkan hasil tersebut nilai rata-rata keseluruhan tingkat kepentingan yaitu 4,54 dan nilai rata-rata keseluruhan tingkat kinerja yaitu 4,17. Kedua nilai tersebut akan menjadi penentu garis batas pada matriks IPA.

Matriks IPA terdiri atas dua sumbu, yaitu sumbu (x) menunjukkan tingkat kinerja dan sumbu (y) menunjukkan tingkat kepentingan. Tampilan Matriks IPA untuk penilaian daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung disajikan pada Gambar 5. Berdasarkan Gambar 5, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan tingkat kinerja yaitu 4,17 yang membentuk garis vertikal sebagai garis batas pada matriks dan nilai rata-rata keseluruhan tingkat kepentingan yaitu 4,54 yang membentuk garis horizontal, sehingga pada matriks tersebut membentuk empat bagian atau empat kuadran. Matriks IPA terdiri atas kuadran I adalah prioritas utama (kepentingan tertinggi, kinerja rendah), kuadran II adalah pertahankan prestasi (kepentingan tinggi, kinerja tinggi), kuadran III adalah prioritas rendah (kepentingan rendah, kinerja rendah) dan kuadran IV adalah kinerja tidak penting (kepentingan rendah, kinerja tinggi).



**Gambar 5. Importance-performance matriks**

#### Kuadran I (Prioritas Utama)

Berdasarkan Gambar 5 terdapat satu atribut yang berada pada kuadran I yaitu harga. Pada penelitian ini, hasil penentuan mutu kinerja dan tingkat kepuasan konsumen terhadap seluruh atribut penilaian dinilai berdasarkan nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) menurut (Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, 2004).

Berdasarkan Tabel 8 Atribut harga berada direntang 3,11-4,08 karena mendapat nilai kinerja sebesar 4,07 dinilai baik yang artinya memiliki “mutu kinerja B” dengan tingkat kepuasan “puas” berdasarkan Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan. Gap pada atribut harga sebesar 0,48. Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dinilai oleh konsumen sehingga membuat

produsen harus menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Atribut harga pada kios daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung perlu kiranya ditinjau kembali dan ditingkatkan kinerjanya karena menjadi prioritas kualitas dan mutu produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Apriani et al., 2021) pada atribut harga perlu dilakukan perbaikan dan ditingkatkan nilai kinerjanya agar konsumen dapat merasakan kepuasan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

**Tabel 8. Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)**

Nilai Interval IKP	Mutu Kinerja	Tingkat Kepuasan
1,25 – 2,19	Mutu kinerja D	Sangat tidak puas
> 2,19 – 3,11	Mutu kinerja C	Tidak puas
> 3,11 – 4,08	Mutu kinerja B	Puas
> 4,08 – 5	Mutu kinerja A	Sangat puas

Sumber: Keputusan MenPAN nomor KEP/25/M.PAN/2/2004

Strategi harga perlu direkomendasikan pada kios daging ayam broiler, karena kinerja atribut harga yang ditawarkan masih rendah. Jika dibandingkan dengan pasar tradisional harga yang ditawarkan pada kios daging ayam broiler sedikit lebih mahal dan sudah tidak bisa dilakukan tawar menawar harga lagi. Proses penentuan harga yang baik tidak berarti sebuah harga dibuat dengan serendah mungkin, akan tetapi bagaimana sebuah harga yang telah ditentukan dapat memberikan nilai lebih bagi pihak konsumen. Dalam mengurangi nilai *gap* atau kesenjangan pada atribut harga yang telah ditawarkan, hal ini dapat diperbaiki dengan melakukan penyesuaian harga daging ayam hingga mengadakan promo seperti promosi harga lebih murah jika berbelanja dengan beragam pilihan paket. Melalui cara-cara tersebut, harapannya pihak konsumen akan menilai lebih tinggi kinerja atribut harga, yaitu tidak lagi memiliki anggapan bahwa harga yang diberi oleh kios daging ayam terlalu tinggi.

### **Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran II yaitu atribut halal, tekstur dan jenis pembelian. Atribut halal, tekstur dan jenis pembelian masing-masing mendapat nilai kinerja sebesar 4,28; 4,18; dan 4,22 dinilai sangat baik karena berada di rentang 4,08-5,00 yang artinya memiliki “mutu kinerja A” dengan tingkat kepuasan “sangat puas” berdasarkan Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan. Rata-rata *gap* pada ketiga atribut tersebut sebesar 0,33. Informasi dan sertifikasi halal merupakan atribut yang memberikan nilai tambah pada produk. Sertifikat maupun label halal memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk tersebut benar-benar baik dan memiliki kandungan nutrisi sehingga produknya aman untuk dikonsumsi (Astuti & Hakim, 2021). Atribut halal pada penelitian ini memiliki mutu kinerja A. Hal ini disebabkan karena rata-rata pembeli yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa setiap produk daging ayam broiler yang dibeli di kios daging ayam Kota Bandar Lampung sudah berlabel halal.

Atribut tekstur masuk kedalam kuadran II yang berarti atribut tekstur telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, sehingga wajib dipertahankan. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Elisa et al., 2017) atribut tekstur berada pada kuadran II sehingga kepuasan konsumen relatif puas dan perlu dipertahankan. Pada penelitian tersebut tekstur daging menjadi penting karena konsumen menginginkan daging yang bermutu dan mudah dikonsumsi. Tekstur daging ayam yang dijual di kios daging ayam Kota Bandar Lampung memiliki mutu kinerja A, hal ini berdasarkan hasil penelitian yang mana sebagian besar responden penelitian menyatakan bahwa daging ayam yang dijual di kios daging ayam mempunyai tekstur yang kenyal. Hal ini ditunjukkan karena saat ditekan, daging ayam dapat kembali ke posisi semula. Sementara itu, daging dengan kualitas tidak baik kerap kali ditandai dengan tekstur yang lunak, saat ditekan dapat hancur dengan mudah, daging segar tidak berlendir dan tidak lengket di tangan. Daging dengan tekstur seperti ini tidak baik dan tidak enak untuk dikonsumsi.

Terdapat dua jenis pembelian di kios daging ayam broiler sejak pandemi covid 19 yakni pembelian daging secara offline dan online. Atribut jenis pembelian pada penelitian ini memiliki mutu kinerja A, hal ini karena banyak responden yang memilih jenis pembelian online dari pada offline dengan alasan pembelian online lebih praktis. Jenis pembelian online yang diminati konsumen ini didukung dengan tersedianya layanan pembelian secara online pada 7 kios daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung. Kios daging ayam broiler tersebut melakukan pelayanan pembelian daging ayam broiler melalui aplikasi whatsapp bussines, Go-Shop, Go-Food, Maxim dan kurir online.

Pemesanan melalui aplikasi tersebut tentunya memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian daging ayam broiler.

### **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Atribut yang termasuk kedalam kuadran III adalah aroma. Atribut aroma mendapat nilai kinerja sebesar 4,06 dinilai baik karena berada di rentang 3,11-4,08 yang artinya memiliki “mutu kinerja B” dengan tingkat kepuasan “puas” berdasarkan Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan. *Gap* pada atribut harga sebesar 0,44. Berdasarkan hasil observasi, responden memberikan nilai kinerja dan kepuasan yang baik karena responden merasa daging ayam broiler yang ditawarkan ketujuh kios daging ayam memiliki bau khas daging segar seperti pada umumnya, tidak memiliki bau yang menyengat dan tidak memiliki bau busuk. Kondisi daging dengan bau khas daging segar menunjukkan bahwa daging yang dijual bukan merupakan daging yang tiren. Timbulnya bau khas daging menandakan bahwa daging ayam tersebut sudah melewati tahap pemotongan daging yang benar, tidak tercemar oleh kotoran maupun kontaminasi zat kimia berbahaya dan layak untuk dikonsumsi (Gunawan, 2015).

### **Kuadran IV (Berlebihan)**

Atribut yang termasuk kedalam kuadran IV yaitu warna daging ayam broiler. Atribut warna daging ayam broiler mendapat nilai kinerja sebesar 4,18 dinilai sangat baik karena berada di rentang 4,08-5,00 yang artinya memiliki “mutu kinerja A” dengan tingkat kepuasan “sangat puas” berdasarkan Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan. *Gap* atribut tersebut sebesar 0,32. Dari ketujuh kios daging ayam broiler di Kota Bandar Lampung, konsumen sudah merasa sangat puas terhadap atribut warna daging ayam broiler yang ditawarkan. Kondisi ini terjadi karena warna daging ayam yang ditawarkan berwarna merah kekuningan mengkilat dan telah sesuai dengan standar mutu daging ayam yang tertuang dalam SNI 3924: 2009 yang diterapkan oleh kios daging ayam broiler. Hal ini kemudian didukung dengan pernyataan (Afrianti et al., 2013) yang mengungkapkan bahwa merah kekuningan merupakan warna karkas dengan kondisi yang baik. Sementara itu, warna yang tidak disukai oleh konsumen adalah kondisi karkas dengan warna putih pucat. Konsumen tidak menyukai warna putih atau pucat karena terdapat pandangan bahwa karkas tersebut bersumber dari ayam yang kondisinya tidak sehat dan telah diberi bahan pewarna kimia yang berbahaya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Sikap konsumen terhadap daging ayam broiler di era *new normal* mengarah pada hal yang sangat baik dengan atribut yang paling penting bagi konsumen rumah tangga Bandar Lampung yaitu label halal, tekstur daging, jenis pembelian, harga ayam, aroma, dan warna kulit. Kombinasi atribut ayam broiler yang disukai konsumen rumah tangga Bandar Lampung yaitu harga murah, aroma tidak anyir, warna kulit merah kekuningan mengkilat, tekstur kenyal, ada label halal dan jenis pembelian secara online.
2. Rata-rata tingkat kepuasan konsumen rumah tangga berdasarkan indeks kepuasan konsumen terhadap daging ayam broiler di kios daging ayam yang tersebar di Kota Bandar Lampung sebesar 91,39 persen yang berada pada kategori sangat puas. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut tekstur, jenis pembelian, halal dan warna daging ayam broiler masuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai kinerja masing-masing atribut berada di rentang 4,18-4,28. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut harga dan aroma daging ayam broiler masuk ke dalam kategori puas dengan nilai kinerja masing-masing atribut 4,07 dan 4,06.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrianti, M., Dwiloka, B., & Setiani, B. E. (2013). Perubahan warna, profil protein dan mutu organoleptik daging ayam boiler setelah direndam dengan ekstrak daun senduduk. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 2(3), 116–120.
- Apriani, E., Indriani, Y., & Adawiyah, R. (2021). Pengambilan Keputusan, Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Paket Nasi Liwet Di Rmsasa Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), 325. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5106>

- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa Dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Informatika*, *II*(2), 376–384.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*(1), 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Ayu, K., Setiadi, A., & Ekowati, T. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, *38*(2). <https://doi.org/10.47728/ag.v38i2.287>
- BPS Indonesia. (2022). *Produksi daging ayam broiler di Indonesia tahun 2017-2021*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- BPS Provinsi Lampung. (2022). *Produksi daging ayam broiler di Provinsi Lampung tahun 2017-2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung.
- Elisa, Hudoyo, A., & Soelaiman, A. (2017). Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, *5*(1), 109–115.
- Fandy, T., & Chandra, G. (2016). Service, quality & satisfaction. *Yogyakarta. Andi*.
- Firdayani, F., & Sholichah, I. U. (2023). Urgensi Label Halal Pada Produk Makanan Perspektif Hukum Islam. *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, *6*(1), 27–40. <https://doi.org/10.51476/syarie.v6i1.466>
- Gunawan, L. (2015). Analisa Perbandingan Kualitas Fisik Daging Sapi Impor dan Daging Sapi Lokal. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, *1*(1), 1689–1699.
- Ismanto, A., Julianda, T., & Mursidah, . (2018). Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar Di Pasar Tradisional Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Peternakan Dan Veteriner Tropis (Journal of Tropical Animal and Veterinary Science)*, *8*(2), 69. <https://doi.org/10.30862/jipvet.v8i2.34>
- Mardiyah, G. A., Nurlina, L., & Alim, S. (2024). Hubungan Persepsi dengan Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Daging Sapi Melalui E-Commerce ( Kasus Di Kecamatan Serpong , Kota Tangerang Selatan , Provinsi Banten ) *The Relationship between Perception and Consumer Decision to Buy Cattle Beef from E-Com.* *4*(2), 45–50. <https://doi.org/10.24198/jsbp>
- Mayulu, H., Rahman, A., & Yusuf, R. (2024). Consumer's Preference of Broiler Meat Attributes in Traditional Markets. *Citizen-Based Marine Debris Collection Training: Study Case in Pangandaran*, *7*(4), 56–61.
- Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara. (2004). Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.Pan/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. *Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara*, *7*, 7–8. <https://www.atrbpn.go.id/Publikasi/Peraturan-Perundangan/Peraturan-Lain/keputusan-menteri-pendayagunaan-aparatur-negara-nomor-kep25mpan22004-609>
- Priyambodo, D., Dewi, I., & Ayuningtyas, G. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Daging Ayam Broiler Di Era New Normal. *Jurnal Sains Terapan*, *10*(2), 83–97. <https://doi.org/10.29244/jstsv.10.2.83-97>
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, *225*(87), 48–61.
- Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia. *Bogor. (Nd)*.
- Yola, M., & Budiando, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *12*(1), 301. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>
- Yurike. (2022). *Dampak Covid-19 Terhadap Konsumsi dan Distribusi Daging Ayam Broiler di Kota Bengkulu*. *3*(1), 60–67.