

## Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging beku di outlet best meat Kabupaten Jember

### *Analysis of factors that influence consumer behavior in frozen meat purchase at outlet best meat district Jember*

Anang Febri Prasetyo<sup>1\*</sup>, Moh. Mahbub Maulidy<sup>2</sup>, Anggid Windu Ebby<sup>2</sup>, Shokhirul Imam<sup>1</sup>, Ujang Suryadi<sup>1</sup>, Rosa Tri Hertamawati<sup>1</sup>, dan Reikha Rahmasari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Department of Animal Science, Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip PO BOX 164, Jember, Jawa Timur, 68121

<sup>2</sup>Student In Poultry Business Management Study Program, Department of Animal Science, Politeknik Negeri Jember Jl. Mastrip PO BOX 164, Jember, Jawa Timur, 68121

\*E-mail Korespondensi: [anangfebri@polije.ac.id](mailto:anangfebri@polije.ac.id)

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor perilaku konsumen dalam keputusan pembelian daging beku di outlet Best Meat. Metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *purposive sampling*. Terdapat 4 tempat sebagai lokasi pengambilan data. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ) berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap keputusan pembelian daging beku di outlet Best Meat (PT. Ciomas Adisatwa) Kabupaten Jember, dimana  $F_{hitung} 18,118 > F_{tabel} 2,54$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara parsial dari variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan hanya faktor psikologis, dimana faktor psikologis memperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $3,922 > t$  tabel  $2,004$  dan nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di outlet Best Meat PT. Ciomas Adisatwa Kabupaten Jember, dimana  $t$  hitung sebesar  $3,922 > t$  tabel  $2,004$  dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** best meat, daging beku, keputusan pembelian

**Abstract.** The purpose of this study was to determine consumer behavior factors in frozen meat purchasing decisions in the Best meat outlet. The method used is a survey with a purposive sampling technique. There are 4 places as data collection locations. Analysis of the data used is descriptive analysis. The results showed that social factors ( $X_1$ ), cultural factors ( $X_2$ ), personal factors ( $X_3$ ), and psychological factors ( $X_4$ ) simultaneously and significantly influenced the decision to purchase frozen meat in outlet Best meat (PT. Ciomas Adisatwa) of Jember Regency, where  $F_{count} 18,118 > F_{table} 2,54$  with a significance of  $0,000 < 0,05$ . Partially from the independent variables (social factors, cultural factors, personal factors, psychological factors) which have a positive and significant influence only psychological factors, where psychological factors obtain a  $t$ -value of  $3,922 > t$  table  $2,004$  and a Sig value of  $0,000 < 0,05$ . Psychological factors are the most dominant factors influencing the purchase decision of frozen meat in the outlet of Best meat PT. Ciomas Adisatwa, Jember Regency, where  $t$  arithmetic was  $3,922 > t$  table  $2,004$  and significance value (Sig.)  $0,000 < 0,05$ .

**Keywords:** best meat, frozen meat, purchasing decisions

## PENDAHULUAN

Daging broiler merupakan salah satu produk peternakan unggas yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Salah satu penghasil daging yang digemari masyarakat Indonesia adalah daging ayam ras (broiler). Menurut data dari Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan (2021) Indonesia menghasilkan 3.426.042 ton produksi daging broiler pada tahun 2021. Perbedaan pasar untuk daging ayam broiler membuat lokasi penjualan daging ayam broiler mudah dijangkau oleh setiap golongan masyarakat. Pedagang di pasar tradisional cenderung menjual daging ayam masih dalam bentuk curah dan melayani setiap ukuran pembelian yang diinginkan konsumen, sedangkan di supermarket daging ayam yang dijual sudah dalam bentuk kemasan yang bervariasi ukuran serta beratnya. Selain di pasar tradisional dan supermarket, daging ayam broiler juga dijual di *outlet* perusahaan yang bergerak disektor peternakan. Salah satu *outlet* daging broiler di Kabupaten Jember adalah Best Meat grosir daging broiler (PT. Ciomas Adisatwa).

Konsumen memiliki perilaku yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan (Ilham, Fitra, and Suryani 2017), termasuk dalam memilih daging broiler beku. Karakter masyarakat Indonesia umumnya suka memilih maupun membandingkan sebelum membelinya. Atribut produk seperti aroma, warna, bobot, dan harga menjadi perbandingan bagi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (Ismanto et al. 2018). Karakteristik yang berbeda-beda membuat setiap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian daging broiler menjadi bervariasi, ada yang membeli di supermarket, ada yang membeli di pasar tradisional, dan ada juga yang membeli di *outlet* daging broiler. Sebagian konsumen suka dengan daging segar, akan tetapi sudah mulai banyak juga yang suka dengan daging beku (frozen). Berbagai perilaku konsumen menjadi dasar pertimbangan melakukan pembelian daging segar maupun beku.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia dan faktor-faktor yang ada didalam diri manusia. Secara umum faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internalnya adalah faktor pribadi dan psikologis (Kusumayana et al. 2017). Perilaku manusia dapat dipelajari dari lingkungan sekitarnya, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang yang berada di lingkungan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa sajakah yang menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian daging beku di outlet Best Meat Kabupaten Jember dengan harapan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi perusahaan untuk menentukan strategi penjualan kedepannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2020. Tempat penelitian dilakukan di *outlet* Best Meat grosir daging (PT. Ciomas Adisatwa) cabang Kabupaten Jember. Diambil outlet best meat karena outlet tersebut tersebar cukup merata di Kabupaten Jember. Penelitian ini merupakan jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pemilihan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan kondisi sosial, budaya, pribadi, dan psikologis konsumen daging beku di *outlet* Best Meat. Rancangan penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian survey. Metode survey dilakukan untuk mengumpulkan data informasi dari responden menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang sedang melakukan pembelian dan pernah melakukan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat. Jumlah sampel yang ditetapkan adalah sejumlah 60 responden.

## Analisis Regresi Linier

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Untuk teknik perhitungan uji regresi diatas akan dilakukan secara otomatis dengan menggunakan alat bantu SPSS 16.0.

### Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara serempak terhadap variabel dependen/terikat. Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada taraf signifikan yang ditentukan maka terdapat pengaruh secara serempak antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk teknik perhitungan uji F diatas akan dilakukan secara otomatis dengan menggunakan alat bantu SPSS 16.0.

Taraf kesalahan 5% dan  $dk=n-k-1$  diperoleh nilai  $F_{tabel}$ , kemudian nilai  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh dengan membandingkan kedua nilai F tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya yaitu hipotesis dapat diterima atau ditolak.

Kriteria pengujian hipotesis

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, artinya variabel bebas secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar 5%.
- $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak, artinya variabel bebas secara serempak berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar 5%.

### Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada taraf signifikan yang ditentukan maka terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Taraf kesalahan 5% dan  $dk = n-2$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$ , kemudian nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya yaitu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Untuk teknik perhitungan uji t diatas akan dilakukan secara otomatis dengan menggunakan alat bantu SPSS 16.0.

Kriteria pengujian :

- $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima, artinya variabel bebas berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar 5%.
- $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak, artinya variabel berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar 5%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Secara umum karakteristik responden konsumen daging beku dapat dijelaskan pada Tabel 1. Berikut ini.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	43
	Perempuan	34	57
Usia	20-29	40	66
	30-39	12	20
	40-49	7	12
	50-59	1	2
Pekerjaan	Mahasiswa	13	21
	Karyawan	16	27
	Wiraswasta	19	32
	Ibu Rumah Tangga	4	7
	Lainya	8	13

Sumber: Data terolah 2021

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin dari 60 responden didominasi berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 34 orang atau 57%, dan sisanya responden berjenis laki-laki sebanyak 26 orang atau 43%. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Fauzi and Wijaya, (2021)

yang menyatakan bahwa keputusan pembelian daging ayam sebesar 96% dari 50 responden adalah perempuan. Di Indonesia perempuan lebih sering berbelanja kebutuhan sehari-hari dibanding laki-laki (Nugroho and Simamora 2021).

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa dari 60 responden yang melakukan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat didominasi oleh responden berusia 20-29 tahun. Selera seseorang akan berubah sesuai dengan umur mereka (Ilham et al. 2017). Hal tersebut dapat diduga karena usia tersebut merupakan usia produktif, usia produktif akan mendorong terjadinya perubahan jenis makanan yang dikonsumsinya sehubungan dengan kecenderungan mencari makanan yang sehat untuk menunjang aktifitasnya sehari-hari dan sebagai investasi di hari tuanya (Putri and Tamami 2021).

Karakteristik responden berdasarkan profesi menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian daging beku didominasi oleh profesi sebagai wiraswasta. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 19 responden dengan presentase 32%. Pola keputusan dalam membeli produk suatu makanan dipengaruhi oleh pekerjaan (Putri and Tamami 2021).

### Analisis Data Penelitian Analisis Regresi Linier

Tabel 2. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1						
(Constant)	2,380	2,040			1,167	0,248
Sosial ( $X_1$ )	0,092	0,112	0,100		0,817	0,418
Budaya ( $X_2$ )	0,015	0,155	0,015		0,098	0,922
Pribadi ( $X_3$ )	0,124	0,143	0,120		0,866	0,390
Psikologis ( $X_4$ )	0,674	0,172	0,586		3,922	0,000

Nilai konstanta persamaan diatas sebesar 2,380, angka tersebut menunjukkan bahwa jika faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ) tidak ada, maka keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 2,380.

Untuk setiap kontribusi dari variabel sosial ( $X_1$ ) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,092, dengan asumsi bahwa variabel faktor budaya ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ), konstan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan faktor sosial sebesar 1%, maka pengambilan keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,092.

Untuk setiap kontribusi dari variabel faktor budaya ( $X_2$ ) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,015, dengan asumsi bahwa variabel faktor sosial ( $X_1$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ), konstan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan faktor budaya sebesar 1%, maka pengambilan keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,015.

Untuk setiap kontribusi dari variabel faktor pribadi ( $X_3$ ) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,124, dengan asumsi bahwa variabel faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ), konstan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan faktor pribadi sebesar 1%, maka pengambilan keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,124.

Untuk setiap kontribusi dari variabel faktor psikologis ( $X_4$ ) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,674, dengan asumsi bahwa variabel faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), dan faktor pribadi ( $X_3$ ), konstan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan faktor psikologis sebesar 1%, maka pengambilan keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,674.

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,754 <sup>a</sup>	0,569	0,537	2,12137

Interpretasi dari hasil analisis tabel 3 dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* adalah sebesar 0,569 atau 56,9%. Hal ini berarti bahwa perubahan variabel terikat keputusan (Y) disebabkan oleh faktor perubahan variabel bebas yaitu faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ) memiliki kontribusi sebesar 56,9%, sedangkan 43,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji f

Tabel 4 Hasil Perhitungan Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326,138	4	81,534	18,118	0,000 <sup>a</sup>
	Residual	247,512	55	4,500		
	Total	573,650	59			

Berdasarkan uji ANOVA atau Uji F didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 18,118, nilai ini lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $F_{hitung} 18,118 > F_{tabel} 2,54$  dengan signifikansi 0.000. Artinya model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis) berpengaruh secara serempak terhadap pengambilan keputusan pembelian (Y).

### Uji T

Tabel 5 Hasil Perhitungan Uji t.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,380	2,040		1,167	0,248
	Sosial ( $X_1$ )	0,092	0,112	0,100	0,817	0,418
	Budaya ( $X_2$ )	0,015	0,155	0,015	0,098	0,922
	Pribadi ( $X_3$ )	0,124	0,143	0,120	0,866	0,390
	Psikologis ( $X_4$ )	0,674	0,172	0,586	3,922	0,000

Berdasarkan tabel 5 dapat diperoleh nilai t hitung variabel sosial sebesar 0,817 dengan nilai Sig sebesar 0,418. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung  $0,817 < t$  tabel 2,004 dan nilai Sig  $0,418 > 0,05$ . Artinya variabel faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat Kabupaten Jember.

Nilai t hitung variabel budaya sebesar 0,098 dengan nilai Sig sebesar 0,922. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung  $0,098 < t$  tabel 2,004 dan nilai Sig  $0,922 > 0,05$ . Artinya variabel faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat Kabupaten Jember.

Nilai t hitung variabel pribadi sebesar 0,866 dengan nilai Sig sebesar 0,390. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung  $0,866 < t$  tabel 2,004 dan nilai Sig  $0,390 > 0,05$ . Artinya variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat Kabupaten Jember.

Nilai t hitung variabel psikologis sebesar 3,922 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung  $3,922 > t$  tabel 2,004 dan nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Artinya variabel faktor psikologis mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat Kabupaten Jember.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial ( $X_1$ ), faktor budaya ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ) berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat PT. Ciomas Adisatwa Kabupaten Jember.
2. Secara parsial dari variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan hanya faktor psikologis.
3. Faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di *outlet* Best Meat PT. Ciomas Adisatwa Kabupaten Jember.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2021. "Produksi Daging Ayam Ras Pedaging Menurut Provinsi (Ton)." *Badan Pusat Statistik*.
- Fauzi, Nurul Arifah, and Wijaya. 2021. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Di Pasar Celancang." *Jurnal Agrijati* 34(1):69–72.
- Ilham, M., D. Fitra, and P. Suryani. 2017. "Preferensi Konsumen Dalam Memilih Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kecamatan Kampar , Kabupaten Kampar , Provinsi Riau." Pp. 491–99 in *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner*.
- Ismanto, Arif, Try Julianda, Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian, and Universitas Mulawarman. 2018. "Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar Di Pasar Tradisional Kota Samarinda." *Jurnal Ilmu Peternakan Dan Veteriner Tropis* 8(2):71–82.
- Kusumayana, Purna, Selvia Seftiani, Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi, and Ilmu Pertanian. 2017. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Amuntai (Analysis of Consumer Behavior In Purchasing Broiler Chicken in Amuntai Traditional Market)." *Jurnal Sains STIPER Amuntai* 7(2):78–85.
- Nugroho, Ega Jalu, and Liska Simamora. 2021. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Raya I Salatiga (Influencing Factors To The Beef Purchasing Decision In Pasar Raya 1 Salatiga) Ega Jalu Nugroho Dan Liska Simamora." *Ziraa'ah* 46(2):134–43.
- Putri, Sulastri Alaida, and Novi Diana Badrut Tamami. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Frozen Food Di UD Mitra Abadi Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan." *Agriscience* 2(1):239–54. doi: 10.21107/agriscience.v2i1.11346.