

**ANALISIS PREFERENSI DAN POLA KONSUMSI KONSUMEN  
AYAM BEKU BEST MEAT DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Rindi Rachmawati  
NPM 1914131013



**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### ANALISIS PREFERENSI DAN POLA KONSUMSI KONSUMEN AYAM BEKU BEST MEAT DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

**Rindi Rachmawati**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui karakteristik konsumen, menganalisis preferensi dan pola konsumsi ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei, melibatkan 60 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis multiatribut *Fishbein* dan deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* di toko Best Meat Permata Biru dan Kota Karang. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dimulai dari bulan Februari-April 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung adalah ibu rumah tangga dengan usia 45-54 tahun, tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas dengan 4 anggota keluarga, tingkat pendapatan rumah tangga konsumen Rp2.500.001,00-Rp5.500.000,00. Preferensi konsumen terhadap ayam beku Best Meat tergolong suka dengan nilai sikap (Ao) sebesar 113,94 dan atribut yang disukai yaitu atribut kebersihan. Pola konsumsi ayam beku Best Meat meliputi jumlah konsumsi ayam beku Best Meat sebanyak 3,4 kg/bulan dengan frekuensi pembelian sebanyak 3 kali/bulan, cara mengonsumsi dijadikan sebagai lauk makan dengan cara digoreng, alasan mengonsumsi daging ayam utuh beku Best Meat adalah keamanan produk terjamin, varian ukuran yang dibeli atau dikonsumsi yaitu ukuran 1 kg.

Kata kunci : Daging ayam beku, Multiatribut *fishbein*, Pola Konsumsi, Preferensi.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF PREFERENCES AND CONSUMPTION PATTERNS OF CONSUMERS OF FROZEN CHICKEN BEST MEAT IN BANDAR LAMPUNG**

*By*

**Rindi Rachmawati**

*The purpose of this study was to determine consumer characteristics, analyze preferences and consumption patterns of Best Meat frozen chicken in Bandar Lampung City. This research was conducted using a survey method with 60 respondents. The data analysis method used is Fishbein multiattribute analysis and descriptive quantitative. The research site was purposively selected at Best Meat Permata Biru and Kota Karang stores. Data collection was conducted using interview techniques from February to April 2023. The results showed that consumers of Best Meat frozen chicken in Bandar Lampung City are housewives aged 45-54 years, high school education level with 4 family members, consumer household income level Rp2.500.001,00-Rp5.500.000,00. Consumer preferences for Best Meat frozen chicken are classified as likes with an attitude value (Ao) of 113.94 and the preferred attribute is the cleanliness attribute. The consumption pattern of Best Meat frozen chicken includes the amount of consumption of Best Meat frozen chicken is 3.4 kg / month with a purchase frequency of 3 times / month, how to consume it as a side dish by frying, the reason for consuming Best Meat frozen whole chicken meat is guaranteed product safety, the size variant purchased or consumed is the 1 kg size.*

*Keywords: Consumption pattern, Frozen chicken meat, Multiattribute fishbein, Preference.*

**ANALISIS PREFERENSI DAN POLA KONSUMSI KONSUMEN  
AYAM BEKU BEST MEAT DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh :**

**Rindi Rachmawati**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PERTANIAN**

**Pada**

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS PREFERENSI DAN POLA KONSUMSI  
KONSUMEN AYAM BEKU BEST MEAT DI  
BANDAR LAMPUNG**


Nama Mahasiswa : **Rindi Rachmawati**


NPM : **1914131013**

Jurusan : **Agribisnis**


Fakultas : **Pertanian**



  
**Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**  
NIP 196910031994031004

  
**Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.**  
NIP 196408251990032002

2. Ketua Jurusan Agribisnis

  
**Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**  
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

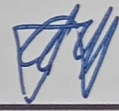
1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si



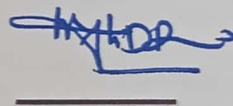
---

Sekretaris Penguji : Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.



---

Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.



---

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.  
NIP 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Oktober 2023

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rindi Rachmawati  
NPM : 1914131013  
Program Studi : Agribisnis  
Jurusan : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Alamat : Jl. P. Kemerdekaan GG. Upik Lk 1, Kel. Tanjung Gading,  
Kec. Kedamaian, Kota Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 16 Oktober 2023



Rindi Rachmawati  
NPM 1914131013

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 02 Agustus 2001, dari pasangan Bapak Rosidi dan Ibu Sumiati Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK N Pembina pada tahun 2007, pendidikan tingkat Sekolah Dasar (SD) di SDN 1 Tanjung Gading pada tahun 2013, pendidikan tingkat pertama (SMP) di SMPN 12 Bandar Lampung

pada tahun 2016 dan pendidikan tingkat atas (SMA) di SMAN 10 Bandar Lampung pada tahun 2019. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Nilai Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Koperasi pada semester genap 2021/2022 dan Dasar-Dasar Akuntansi pada semester ganjil tahun ajaran 2022/2023. Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu selama tujuh hari pada bulan Januari tahun 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Way Gubak Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung selama 40 hari. Selanjutnya, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PTPN VII Unit Bungamayang Lampung Utara selama 30 hari kerja efektif. Penulis juga aktif menjadi anggota bidang 3 (Pengembangan Minat Bakat dan Kreativitas) Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) tahun 2019-2022. Pernah menjadi Enumerator dalam Penelitian Dasar Dosen Universitas Lampung “Model Pendidikan Kewirausahaan Untuk Membentuk Ketahanan Ekonomi Keluarga Bagi Keluarga Terdampak di Masa Pandemi Covid 19” pada tahun 2022 dan Studi Sosial Ekonomi Perikanan Rajungan Provinsi Lampung pada tahun 2023.



## SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin, Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Preferensi Dan Pola Konsumsi Konsumen Ayam Beku Best Meat Di Bandar Lampung**". Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, nasihat, saran-saran dan bimbingan dari pihak lain, oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Pertama atas segala ketulusan hati dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan, nasihat, motivasi dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
3. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing kedua atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku Dosen Pembahas/Penguji skripsi, atas arahan, masukan, dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
5. Prof. Ir. Bustanul Arifin, M.Sc., Ph.D., sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ketulusan hati, kesabaran, bimbingan, arahan, perhatian, nasihat, saran dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian kuliah

6. Teristimewa kepada kedua orang tuaku, Bapak Rosidi dan Ibu Sumiati, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
7. Kakak dan adikku tersayang, Siti Rexa Riayanda, S.E., M. Lanang Setya dan M. Ranu Ugy yang telah mendoakan, memberi semangat, kasih sayang, perhatian, mendukung, membantu penulis pada proses penelitian dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama ini.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis, atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
10. Pegawai toko Best Meat Permata Biru dan Kota Karang atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat tersayang penulis, Adela, Diah, Riski, Nevia, Windy, Vadiya, Fera dan Putri yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis selama ini.
12. Sahabat seperjuanganku, Bela Viranti, Clariza Octaria dan Qhonita Sofya, atas bantuan, do'a, saran, semangat, dukungan, perhatian, keceriaan dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
13. Teman perjuangan di kampus, Nurul, Resi, Mila, Meisa, Siti Futakhah, Wahyu, Cafrin, Verdy, Bang Harun, Chandraning dan Rima atas do'a, bantuan, semangat, ide-ide, nasihat, motivasi, masukan, dan saran yang telah diberikan.
14. Teman-teman Jurusan Agribisnis angkatan 2019, khususnya kelas C, yang memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi dan perkuliahan selama di Universitas Lampung.
15. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

16. Abang dan mba Agribisnis 2018 serta adik Agribisnis 2020 dan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
17. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan selama proses penulisan skripsi ini dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin

Bandar Lampung, 16 Oktober 2023

Penulis,

Rindi Rachmawati

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>10</b>
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Ayam Beku.....	10
2. Preferensi Konsumen .....	10
3. Atribut Produk.....	11
4. Pola Konsumsi dan Konsumsi.....	12
5. Model Multiatribut Fishbein .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	16
C. Kerangka Pemikiran.....	23
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Metode Penelitian .....	26
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional .....	26
C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian .....	29
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	32
E. Metode Analisis Data.....	36
1. Model Multiatribut Fishbein .....	36
2. Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	38
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung .....	39
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Karakteristik Umum Konsumen .....	44
1. Jenis Kelamin dan Jumlah Anggota Keluarga Konsumen .....	44
2. Usia dan Pendidikan Terakhir Konsumen.....	45
3. Pekerjaan dan Pendapatan Rumah Tangga Konsumen.....	47
4. Domisili Konsumen.....	49
B. Preferensi Konsumen Ayam Beku Best Meat .....	49
1. Evaluasi Tingkat Kepentingan (ei) Atribut Ayam Beku Best Meat....	50
2. Evaluasi Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Ayam Beku Best Meat ...	52
3. Sikap (Ao) Multiatribut Ayam Beku Best Meat .....	53

C.	Pola Konsumsi Konsumen Ayam Beku Best Meat .....	57
1.	Jumlah Konsumsi dan Frekuensi Pembelian Ayam Beku Best Meat .....	58
2.	Cara Mengonsumsi Ayam Beku Best Meat .....	60
3.	Alasan Mengonsumsi Ayam Beku Best Meat.....	62
4.	Variasi Ukuran Produk Ayam Beku Best Meat yang Dikonsumsi .....	64
5.	Merek Ayam Beku Lain yang Dikonsumsi .....	65
<b>VI.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A.	Kesimpulan .....	67
B.	Saran .....	67
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Rata-rata konsumsi per kapita per tahun menurut jenis komoditi makanan kelompok daging Kota Bandar Lampung .....	3
2. Penelitian terdahulu.....	17
3. Sebaran penduduk (jiwa) prasejahtera di Kota Bandar Lampung tahun 2022...	30
4. Jumlah toko ritel Best Meat per kecamatan di Bandar Lampung .....	31
5. Hasil uji validitas tingkat kepentingan konsumen ayam beku Best Meat.....	34
6. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan konsumen ayam beku Best Meat .....	34
7. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan ayam beku Best Meat .....	35
8. Ketentuan evaluasi atribut terhadap ayam beku Best Meat .....	37
9. Ketentuan kepercayaan atribut ayam beku Best Meat .....	37
10. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2010 hingga tahun 2021 berdasarkan jenis kelamin.....	40
11. Jumlah penduduk Kecamatan Sukarame berdasarkan kelurahan tahun 2022 .	42
12. Jumlah penduduk Kecamatan Teluk Betung Timur berdasarkan kelurahan tahun 2022.....	43
13. Sebaran konsumen daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung berdasarkan jenis kelamin dan jumlah anggota keluarga .....	45
14. Sebaran konsumen daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung berdasarkan usia dan pendidikan .....	47
15. Sebaran konsumen daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung berdasarkan pekerjaan dan pendapatan .....	48
16. Skor evaluasi tingkat kepentingan (ei) terhadap atribut daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.....	50

17. Skor evaluasi tingkat kepercayaan (bi) terhadap atribut daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.....	52
18. Skor sikap (Ao) terhadap atribut daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.....	53
19. Hasil perhitungan skala interval.....	57
20. Sebaran konsumen berdasarkan pendapatan, jumlah konsumsi dan frekuensi ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung .....	59
21. Sebaran konsumen berdasarkan cara mengonsumsi dan mengolah ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung .....	62
22. Sebaran konsumen berdasarkan alasan mengonsumsi ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.....	63
23. Sebaran konsumen berdasarkan varian ukuran produk daging ayam utuh beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.....	64
24. Sebaran konsumen berdasarkan merek daging ayam utuh beku lain di Kota Bandar Lampung.....	66
25. Identitas konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	75
26. Tingkat kepentingan ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	79
27. Hasil uji validitas tingkat kepentingan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	81
28. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.....	82
29. Tingkat kepercayaan ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.....	83
30. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.....	85
31. Hasil uji reliabilitas tingkat kepercayaan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.....	86
32. Tingkat evaluasi kepentingan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	87
33. Tingkat evaluasi kepercayaan atribut ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	87

34. Pengukuran sikap konsumen ayam Beku Best Meat di Bandar Lampung .....	88
35. Data pola konsumsi ayam beku Best Meat di Bandar Lampung .....	89



## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi bangsa Indonesia karena dapat memberikan kontribusi terhadap pembentukan Produk Nasional Bruto (PNB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Sektor pertanian tidak hanya identik dengan ekonomi yang berkaitan dengan pertanian, tetapi dalam arti luas pertanian mencakup subsektor tanaman pangan, hortikultur, perikanan, kehutanan, perkebunan dan peternakan. Salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting adalah subsektor peternakan yang merupakan salah satu penghasil pangan dan gizi masyarakat khususnya dalam produksi protein hewani.

Peternakan adalah bagian dari pertanian yang perlu untuk dikembangkan. Pengembangan dilakukan berdasarkan mempertimbangkan permintaan bahan makanan yang mengandung protein hewani dari tahun ke tahun meningkat setiap tahun, karena pertumbuhan penduduk di Indonesia dan diperlukannya masyarakat untuk mencapai gizi yang seimbang. Kebutuhan gizi merupakan suatu kebutuhan bagi kehidupan setiap orang. Salah satu sumber gizi yang paling penting untuk dipenuhi manusia adalah protein karena selain digunakan dalam proses pertumbuhan dan penggantian sel tubuh, protein juga membantu meningkatkan kecerdasan.

Protein merupakan zat gizi yang diperlukan untuk pertumbuhan dan perkembangan manusia. Protein berperan penting dalam pembentukan sel dan jaringan baru dalam tubuh serta menopang pertumbuhan dan perbaikan jaringan yang rusak. Kebutuhan tubuh akan karbohidrat dan lemak tidak terpenuhi. Protein sendiri dibagi menjadi dua kelompok: protein hewani dan protein nabati. Sumber protein hewani adalah daging, ikan, unggas, telur, dan susu. Sumber protein nabati bisa berasal dari biji-bijian, dan kacang-kacangan. Protein nabati selalu kekurangan satu atau lebih asam amino esensial, sehingga disebut protein tidak lengkap. Protein hewani mengandung semua asam amino esensial, sehingga disebut protein lengkap. Sumber protein hewani bisa berasal dari daging, telur, dan susu (Kementan, 2021)

Daging ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang bisa dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan gizi seseorang. Daging ayam adalah makanan bergizi yang sangat populer bagi masyarakat umum, bermanfaat sebagai sumber protein hewani. Hampir semua masyarakat dapat mengonsumsi makanan ini sebagai sumber protein hewani. Daging ayam adalah salah satu bentuk makanan yang mudah ditemukan dan juga mudah disiapkan (Kementan, 2021) hal ini menjadikan ayam sebagai bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga permintaan ayam juga akan terus meningkat. Hal ini sesuai dengan data rata-rata konsumsi per kapita setahun Kota Bandar Lampung menurut jenis komoditi makanan kelompok daging disajikan pada Tabel 1. Data dari rata-rata konsumsi per kapita per tahun menurut jenis komoditi makanan kelompok daging, dalam data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2023 terdapat jenis komoditi kelompok daging yaitu daging ayam ras, daging sapi, daging ayam kampung, daging babi dan daging kambing, domba, biri-biri.

Tabel 1. Rata-rata konsumsi per kapita per tahun menurut jenis komoditi makanan kelompok daging Kota Bandar Lampung

Jenis komoditi kelompok daging	Tahun		
	2020	2021	2022
Daging ayam ras	7,39	7,06	9,17
Daging sapi	0,86	0,38	0,67
Daging ayam kampung	0,77	0,62	0,58
Daging babi	0,10	0,05	0,00
Daging kambing,domba,biri-biri	0,00	0,05	0,05

Sumber : BPS, 2023

Berdasarkan Tabel 1, daging ayam ras menempati posisi pertama atau paling besar rata-rata konsumsi per kapita setahun makanan kelompok daging yaitu pada tahun 2020 sebesar 7,39 kg/kapita/tahun lalu pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan rata-rata konsumsi per kapita setahun sebesar 7,06 kg/kapita/tahun pada tahun 2022 kembali mengalami peningkatan kembali dengan rata-rata konsumsi per kapita setahun untuk daging ayam ras yaitu 9,17 kg/kapita/ tahun.

Tahun 2022 tingkat konsumsi daging ayam dan sapi mengalami peningkatan. Hal ini juga menunjukkan bahwa tingkat permintaan dan keinginan konsumsi daging meningkat. Persaingan dalam dunia usaha daging semakin hari semakin ketat, sehingga perusahaan harus mampu berinovasi untuk menarik perhatian konsumen agar tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya (Rizal, 2020). Sektor usaha makanan pokok, termasuk daging mentah telah mengalami perubahan yang sangat pesat seiring kehadiran tren *frozen food*, makanan siap saji, dan lain-lain.

Di era modern ini masyarakat semakin selektif dalam berperilaku untuk mengkonsumsi dan memilih suatu produk yang dibutuhkan. Tingkat kesibukan masyarakat kota yang relatif tinggi, membuat masyarakat kota cenderung untuk memilih kebutuhan akan makanan yang serba praktis. Gaya hidup ini menyebabkan adanya pola konsumsi konsumen yang cenderung lebih memilih produk ayam beku agar mendukung gaya hidup di era modern ini. Perubahan perilaku konsumen didorong oleh berbagai faktor masyarakat, salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup erat kaitannya dengan teknologi informasi dan juga terkena era globalisasi. Gaya hidup ini mendorong orang untuk hidup praktis dan cepat. Gaya hidup juga membentuk perspektif pengambilan keputusan konsumsi makanan sehari-hari (Sayekti, Adawiyah, Indriani, Tantriadisti, dan Syafani, 2021). Makanan cepat saji saat ini yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah *frozen food* dan ditambah dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, ayam yang dijual tidak hanya segar (*fresh*) tetapi juga beku.

Selain produk, inovasi juga dilakukan dalam hal pemasaran agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat dengan mudah menjangkau konsumen. Agen pemasaran yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir disebut pengecer. Ritel di Indonesia telah mengalami evolusi format sejak tahun 1960 hingga saat ini. Ritel tumbuh subur dengan kemudahan dalam menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen, mulai dari lokasi yang mudah dijangkau, harga yang kompetitif, kenyamanan berbelanja (suasana toko yang baik) hingga metode pembayaran yang mudah. Adanya bentuk ritel berupa pasar modern memberikan konsumen perasaan berbelanja yang nyaman dan menyenangkan, apalagi dibandingkan dengan pasar tradisional (pasar makanan) yang biasanya hanya beroperasi pagi hari dan berada di area terbuka (Rizal, 2020).

Ritel ayam beku pun banyak berkembang di Indonesia, perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dalam pasar *frozen food* dan berkembang di Indonesia seperti PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, dan PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, membuat usaha ritel-ritel ayam beku di setiap daerah Indonesia dan berlokasi dekat dengan pemukiman masyarakat untuk memudahkan konsumen dalam menemukan dan membeli produk ayam beku. PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk membuat ritel yang terdapat produk ayam beku bernama Prima *Freshmart* dan Kios Unggas, Best Meat merupakan nama ritel yang berasal dari PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk terdapat lebih dari 400 toko di seluruh pelosok Indonesia dan Best Meat sudah banyak berkembang di setiap daerah di Provinsi Lampung dan paling banyak berada di Kota Bandar Lampung.

Best Meat merupakan salah satu toko *frozen food* yang berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang, Best Meat adalah penyedia kebutuhan protein untuk keluarga di Indonesia. Best Meat memiliki lebih dari 400 toko di seluruh pelosok negeri. Kota Bandar Lampung merupakan ibukota Provinsi Lampung yang dijadikan sebagai pusat kegiatan perekonomian dengan jumlah penduduk sebanyak 1.189.297 jiwa pada tahun 2020 (BPS 2021). Jumlah penduduk yang banyak menjadikan Kota Bandar Lampung sebagai wilayah perdagangan yang potensial. Salah satunya adalah pemasaran produk daging ayam ras. Toko-toko Best Meat tersebar di wilayah Lampung tetapi paling banyak berada di ibukota Provinsi Lampung yaitu sebanyak 36 toko yang tersebar di Kota Bandar Lampung (Best Meat, 2022).

*Best Meat* berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik sekaligus produk berkualitas untuk kebutuhan keluarga seperti ayam utuh, nugget, telur, ikan, susu, dan produk olahan lain dengan harga terjangkau. mampu memberikan jaminan bahwa produk mereka adalah produk yang berasal dari bibit unggul, ditanamkan secara sehat, bebas dari penyakit, dan aman untuk dikonsumsi. Artinya daging ayam yang dijual Best Meat adalah

daging ayam yang dijamin ASUH (Aman, Sehat, Utuh, Halal). Lokasi Best Meat juga strategis karena terletak di daerah perumahan maupun dekat dengan pusat perbelanjaan sehingga memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan protein hewani berupa daging ayam. Selain itu, harga-harga yang ditawarkan oleh Best Meat juga relatif lebih murah daripada pasar tradisional maupun pasar modern (Best Meat, 2022).

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat. Perusahaan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya, salah satunya yaitu perusahaan perlu memperhatikan penerapan konsep pemasaran termasuk perilaku konsumen. Memperhatikan apa yang disukai oleh konsumen atau biasa disebut preferensi konsumen. Menurut Munandar, Udin, dan Amelia (2012) preferensi konsumen adalah pilihan seseorang akan suka atau tidak sukanya terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Konsumen dalam membeli produknya pasti memiliki perhatian dan akan mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan mereka untuk memperoleh kepuasan. Dalam penelitian ini dibahas preferensi dan pola konsumsi produk ayam beku Best Meat. Penelitian ini penting dilakukan karena bertujuan untuk menganalisis preferensi dan pola konsumsi ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung.

## **B. Rumusan Masalah**

Di era modern ini masyarakat semakin selektif dalam berperilaku untuk mengkonsumsi dan memilih suatu produk yang dibutuhkan. Tingkat kesibukan masyarakat kota yang relatif tinggi, membuat masyarakat kota cenderung untuk memilih kebutuhan akan makanan yang serba praktis. Gaya hidup ini menyebabkan adanya pola konsumsi konsumen yang cenderung lebih memilih produk ayam beku agar mendukung gaya hidup di era modern ini. Tingginya kebutuhan masyarakat akan daging ayam

membuat masyarakat harus semakin pintar dalam memilih daging ayam yang baik dan aman untuk dikonsumsi. Inovasi yang dihasilkan bukan hanya pada produk saja tetapi dalam hal pemasaran agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat dengan mudah menjangkau konsumen. Agen pemasaran yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir disebut pengecer atau ritel, Salah satu ritel ayam beku yaitu Best Meat. Best Meat adalah salah satu toko dari *frozen food* yang berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang, Best Meat adalah penyedia kebutuhan protein untuk keluarga di Indonesia yang memiliki 400 toko di seluruh Indonesia dengan jumlah toko di Bandar Lampung sebanyak 36 toko.

Sebelum memutuskan akan membeli suatu produk maka konsumen akan memikirkan terlebih dahulu produk apa yang ingin dibeli, mulai dari atribut produk serta kemudahan memperoleh produk tersebut. Oleh karena itu, preferensi konsumen diperlukan untuk diketahui, agar usaha tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatannya. Preferensi dan pola konsumsi konsumen ayam beku Best Meat belum diketahui, dikarenakan penelitian pada Best Meat di Bandar Lampung belum pernah dilakukan. Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana karakteristik konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung?
- 2) Bagaimana preferensi konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung?
- 3) Bagaimana pola konsumsi konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui karakteristik konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung
- 2) Menganalisis preferensi konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.
- 3) Menganalisis pola konsumsi konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- 1) Tambahan informasi bagi perusahaan untuk menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya.
- 2) Bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.



## **II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Ayam Beku**

Daging adalah salah satu komoditas peternakan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani karena mengandung protein bermutu tinggi dan mampu memenuhi zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh. Daging dapat diolah dalam berbagai jenis produk yang menarik dengan aneka bentuk dan rasa untuk tujuan memperpanjang masa simpan serta dapat meningkatkan nilai ekonomis tanpa mengurangi nilai gizi dari daging yang diolah. Menambahkan kualitas daging dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor sebelum pemotongan dan setelah pemotongan. Faktor sebelum pemotongan meliputi genetik, spesies, bangsa, tipe ternak, jenis kelamin, umur pakan dan zat aditif. Komposisi kimia daging terdiri dari air 75%, protein 19%, lemak 2,5%, dan substansi bukan protein terlarut 3,5% yang meliputi karbohidrat, garam organik, substansi nitrogen terlarut, mineral, dan vitamin (Lapase, 2016).

Ayam beku diproduksi dalam jumlah banyak oleh sebuah perusahaan atau lebih dikenal dengan RPA (Rumah Potong Ayam). Ayam yang dipotong di RPA melalui proses pemotongan yang modern, higienis dengan menggunakan standar yang sesuai dengan ketentuan MUI dan dinas peternakan untuk menghasilkan produk yang Aman, Sehat, Utuh, Halal (ASUH).

Pembekuan ini dilakukan pada suhu minus 20 derajat dengan tujuan untuk menghambat pertumbuhan bakteri. Ayam frozen memiliki daya tahan penyimpanan yang lebih lama dibandingkan ayam segar. Ayam beku bisa bertahan hingga 6 bulan lamanya selama disimpan dalam suhu yang tetap terjaga. Pada suhu dibawah 5 derajat, bakteri cenderung berkembang sangat lambat sehingga daging ayam akan bertahan lebih lama. Ayam mentah yang dibekukan bisa bertahan 6-9 bulan. Jika membekukan ayam matang, daging ayam matang tersebut bisa bertahan selama 2 sampai 6 bulan (*Best Meat, 2022*).

## **2. Preferensi Konsumen**

Menurut Simamora (2003) preferensi berasal dari kata prefer yang berarti kecenderungan atau kesukaan seseorang dalam memilih sesuatu. Setiap orang memiliki derajat kesukaan terhadap sesuatu yang berbeda-beda yang disebut dengan preferensi. Preferensi adalah sikap lebih memilih satu objek di atas yang lain. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu produk, barang atau jasa yang digunakan.

Pemahaman preferensi konsumen (perilaku konsumen) perlu dibedakan dengan "Perilaku Pembeli" atau "Perilaku Pelanggan". Definisi preferensi konsumen secara umum didefinisikan sebagai aktivitas manusia yang berhubungan langsung dengan pembelian dan penggunaan suatu barang atau jasa, termasuk pengambilan keputusan dalam persiapan identifikasi aktivitas tersebut. Di sisi lain, perilaku pembeli memiliki arti yang lebih sempit, karena menyangkut aktivitas individu-individu yang terlibat langsung dalam proses perdagangan dan pertukaran uang, tanpa memperhatikan keseluruhan proses atau gejala penyebab perilaku tersebut. Preferensi konsumen adalah pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai produk (barang atau jasa) yang akan dikonsumsi.

Preferensi konsumen mewakili preferensi konsumen di antara berbagai pilihan produk yang tersedia (Kotler, 2003). Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur kegunaan dan kepentingan relatif dari setiap atribut yang terdapat dalam suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. *Review* produk menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam membelanjakan dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen memiliki sikap yang berbeda tentang atribut mana yang dianggap penting. Mereka akan memberikan perhatian paling besar pada atribut-atribut bermanfaat yang mereka cari.

### **3. Atribut Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan (Kotler, 2003). Produk merupakan variabel pemasaran yang paling mendasar dari bauran pemasaran karena produk merupakan penawaran nyata oleh perusahaan pada pasar. Salah satu keputusan variabel produk yang penting adalah keputusan mengenai atribut produk, yaitu kualitas produk (*product quality*), fitur produk (*product feature*), dan desain (*design*).

Atribut produk adalah unsur-unsur suatu produk yang dianggap penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008). Menurut Simamora (2004), atribut produk merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan pembeli ketika membeli suatu produk, seperti harga, kualitas, kelengkapan fungsi, desain, layanan purna jual, dll. Setiap produk memiliki atribut produk yang berbeda, sehingga konsumen dihadapkan pada atribut yang berbeda yang diberikan oleh

perusahaan. Atribut pada penelitian ini merujuk pada penelitian Jannah (2022), karena dalam penelitiannya meneliti tentang atribut daging ayam beku tanpa merek sehingga atribut disesuaikan dengan produk ayam beku merek Best Meat. Atribut produk dalam penelitian ini yaitu harga, warna, aroma, kebersihan, kemasan produk, dan kemudahan memperoleh

#### **4. Pola Konsumsi dan Konsumsi**

Pola konsumsi adalah kebutuhan manusia baik dalam bentuk benda maupun jasa yang dialokasikan selain untuk kepentingan pribadi juga keluarga yang didasarkan pada tata hubungan dan tanggung jawab yang dimiliki yang sifatnya terealisasi sebagai kebutuhan primer dan sekunder. Menurut Indriani (2015) Pola konsumsi merupakan cara seseorang dalam memilih dan mengonsumsi makanan sebagai reaksi dari pengaruh fisiologis, psikologis, sosial dan budaya. Pola konsumsi adalah berbagai informasi yang memberi gambaran mengenai macam dan jumlah bahan makanan yang dimakan setiap hari oleh satu orang yang merupakan ciri khas suatu kelompok masyarakat. Pola konsumsi juga dapat diartikan sebagai tanggapan aktif manusia terhadap lingkungan alam maupun lingkungan sosial yang berkaitan erat dengan kehidupan kebudayaan masyarakat, dimana tanggapan aktif yang ada bisa dalam bentuk pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder (Siregar, 2009). Berdasarkan uraian di atas, pola konsumsi dapat didefinisikan sebagai distribusi menurut jenis barang yang dikonsumsi untuk permintaan barang tersebut, termasuk pengeluaran rumah tangga untuk barang tahan lama seperti kendaraan, elektronik, dan peralatan rumah tangga. dan hal lainnya mudah rusak sebagai makanan. Selain itu, layanan termasuk tidak berwujud, termasuk pendidikan.

Konsumsi merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu "Consumption". Konsumsi artinya pemenuhan akan makanan dan minuman. Konsumsi mempunyai pengertian yang lebih luas yaitu seluruh pembelian barang dan jasa akhir yang sudah siap dikonsumsi oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan. Kata konsumsi dalam Kamus Besar Ekonomi diartikan sebagai tindakan manusia baik secara langsung atau tidak langsung untuk menghabiskan atau mengurangi kegunaan (*utility*) suatu benda pada pemuasan terakhir dari kebutuhannya. William (2002) mengatakan bahwa konsumsi secara umum adalah sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi sebagai pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang-barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pekerjaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Hendaris (2013) pola konsumsi pangan seseorang juga dapat dilihat dari cara memperoleh, cara mengolah, cara mengonsumsi, dan alasan seseorang mengonsumsi pangan tersebut. Seseorang dapat memperoleh pangan karena membeli atau membuat sendiri. Sedangkan cara mengolah pangan dikategorikan atas mengolah sendiri atau menggunakan jasa pabrik. Cara seseorang mengonsumsi pangan berbeda-beda bergantung preferensi orang tersebut. Cara konsumsi seseorang dapat dilihat dari konsumsi seseorang terhadap jenis pangan tersebut, dicampur atau murni jenis pangan tersebut saja yang dikonsumsi. Alasan seseorang mengonsumsi pangan dapat dikategorikan sebagai kebiasaan, kesehatan, atau kesukaan seseorang terhadap suatu jenis pangan tertentu.

Dalam penelitian ini, pola konsumsi yang akan diteliti meliputi jumlah, frekuensi, cara mengonsumsi, alasan mengonsumsi ayam, , dan varian produk ayam beku Best Meat yang dikonsumsi. Jumlah

menunjukkan banyaknya ayam beku Best Meat yang dikonsumsi dalam waktu tertentu dan frekuensi menunjukkan seberapa sering seseorang mengonsumsi ayam beku Best Meat dalam waktu tertentu, ayam beku Best Meat biasanya dikonsumsi dengan cara diolah terlebih dahulu. Alasan seseorang mengonsumsi ayam beku Best Meat dapat disebabkan kebutuhan dan lainnya. Varian produk ayam beku Best Meat yang dikonsumsi.

## 5. Model Multiatribut Fishbein

Model multiatribut Fishbein memperlihatkan bahwa sikap terhadap suatu objek bergantung pada probabilitas bahwa suatu objek mempunyai atribut-atribut tertentu pada tingkat yang diinginkan konsumen (Sutisna, 2001). Model sikap multiatribut dapat bermanfaat untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang produk dan sikap konsumen terhadap produk sesuai dengan ciri atau atribut yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan. Analisis multiatribut juga merupakan sumber informasi yang berguna bagi perencanaan dan tindakan pasar (Susilowati, 2001).

Model multiatribut fishbein digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen merangkai kepercayaan (*belief*) mereka terhadap atribut suatu produk, sehingga membentuk sikap (*attitude*) tentang berbagai objek. Menurut Schiffman dan Kanuk (1994), Model sikap multiatribut dapat digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa maupun suatu merek spesifik. Apabila konsumen memiliki sikap yang mendukung terhadap suatu merek, maka merek tersebut yang akan dipilih dan dibeli.

Model ini mempunyai asumsi bahwa konsumen menggunakan pendekatan standar hierarki efek dimana kepercayaan dapat membentuk suatu kepercayaan konsumen terhadap produk (Mowen, 1993). Rumus model fishbein sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \times e_i$$

Keterangan :

$A_o$  = Sikap terhadap suatu objek

$b_i$  = Kekuatan kepercayaan terhadap atribut

$e_i$  = Evaluasi terhadap atribut

$n$  = Jumlah atribut yang dimiliki objek

Menurut Sumarwan (2015), model ini secara singkat menyatakan bahwa sikap seseorang konsumen terhadap berbagai atribut yang dimiliki objek tersebut. Komponen  $e_i$  mengukur evaluasi kepentingan atribut-atribut yang dimiliki objek tersebut, sedangkan  $b_i$  mengukur kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh masing-masing merek. Konsumen harus memperhatikan merek dari suatu produk ketika mengevaluasi atribut yang dimiliki oleh masing-masing merek tersebut. Model Fishbein mengemukakan tiga konsep utama yaitu atribut, kepercayaan dan evaluasi atribut.

Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen akan mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki suatu merek digambarkan oleh  $b_i$  yang mengukur kepercayaan konsumen terhadap atribut. Evaluasi atribut adalah evaluasi baik atau buruknya suatu atribut dengan menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi konsumen.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Peneliti perlu mengetahui hasil penelitian sejenis sebagai acuan, serta gambaran umum dari penelitian yang telah dilakukan. Mengetahui studi sebelumnya juga membantu menghindari studi duplikat, karena studi sebelumnya dan yang akan datang memiliki judul, lokasi, dll yang sama. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 2, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya meliputi topik pencarian, produk yang digunakan, topik tujuan penelitian, dan lokasi penelitian. Pada penelitian sebelumnya, belum ada penelitian yang berfokus pada preferensi dan pola konsumsi produk ayam beku. Kebanyakan hanya mempertimbangkan preferensi konsumen atau kebiasaan konsumsi secara terpisah. Penelitian Analisis Preferensi dan Pola Konsumsi Konsumen Ayam Beku Best Meat di Bandar Lampung memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada beberapa tujuan penelitian yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi dan pola konsumsi dan metode yang digunakan sama yaitu metode survei.



Tabel 2. Penelitian terdahulu

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil penelitian
1.	Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam <i>Broiler</i> Segar Dan Beku di Kota Samarinda (Khotimah, Mayulu, 2018).	Mengetahui preferensi masyarakat terhadap karkas ayam <i>broiler</i> segar dan karkas ayam <i>broiler</i> beku di Kota Samarinda.	Analisis <i>Chi Square</i>	Preferensi konsumen di Kota Samarinda memilih karkas ayam <i>broiler</i> segar lebih tinggi dibandingkan dengan daging ayam <i>broiler</i> beku dan indikator preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam <i>broiler</i> segar terdiri dari warna, tekstur, aroma, dan harga.
2.	Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam <i>Broiler</i> Segar Dan Beku di Kecamatan Tenggarong (Jannah, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam</li> <li>2. Mengetahui indikator yang paling dipertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk membeli karkas ayam <i>broiler</i>.</li> </ol>	Analisis <i>Chi Square</i>	Preferensi konsumen di Tenggarong cenderung memilih karkas ayam <i>broiler</i> segar dibandingkan karkas ayam <i>broiler</i> beku. Indikator preferensi konsumen saat membeli karkas ayam <i>broiler</i> segar adalah warna daging putih kemerahan, tekstur cukup lembek, dan aromanya amis daging. Indikator preferensi konsumen saat membeli karkas ayam <i>broiler</i> beku adalah warna daging putih kemerahan, tekstur keras, dan aromanya tidak amis daging.

Tabel 2. Lanjutan

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
3.	Preferensi Konsumen dalam Memilih Daging Ayam <i>Broiler</i> di Pasar Tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau (Ilham, Fitra, Suryani, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui segmen potensial konsumen daging ayam <i>broiler</i>.</li> <li>2. Preferensi konsumen dalam memilih daging ayam <i>broiler</i></li> <li>3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam <i>broiler</i> di pasar tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif kualitatif</li> <li>2. Analisis deskriptif kuantitatif</li> <li>3. Analisis regresi linear berganda</li> </ol>	Segmen potensial konsumen daging ayam <i>broiler</i> di pasar tradisional kecamatan Kampar adalah konsumen perempuan, berumur kisaran 30-40 tahun, memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3-5 orang, tingkat pendidikan SMA atau sederajat serta memiliki pekerjaan sebagai petani. Atribut daging ayam <i>broiler</i> yang menentukan tingkat preferensi konsumen di pasar tradisional Kecamatan Kampar adalah harga daging terjangkau, tempat penjualan bisa tawar menawar, kandungan gizi tinggi, kebersihan daging, aroma yang tidak anyir, warna segar dan tekstur daging ayam <i>broiler</i> yang kenyal dan tidak lembek. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumen daging ayam <i>broiler</i> di pasar tradisional Kecamatan Kampar adalah harga daging ayam <i>broiler</i> , jumlah anggota keluarga dan harga daging lain.
4	Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam <i>Broiler</i> di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah (Ayu, Ekowati, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis atribut daging ayam yang menjadi preferensi konsumen.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis Konjoin</li> <li>2. Analisis regresi linier berganda</li> </ol>	Kombinasi atribut yang paling disukai konsumen adalah daging ayam yang memiliki ukuran daging sedang, warna daging yang putih kekuningan (tidak pucat), tekstur daging yang kenyal, bagian daging dada dan harga berkisar antara Rp 27.000 – Rp 30.000

Tabel 2. Lanjutan

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
		2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam <i>broiler</i> di pasar tradisional Kota Semarang		Berdasarkan kepentingan relatif atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen adalah ukuran daging, warna daging, bagian daging dan harga. Faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam secara parsial yaitu pendapatan, jumlah anggota keluarga, selera, harga daging ayam <i>broiler</i> dan harga daging sapi sedangkan faktor pendidikan tidak berpengaruh terhadap konsumsi daging ayam <i>broiler</i> .
5.	Preferensi Konsumsi Daging Sapi Oleh Masyarakat Tionghoa di Kota Pontianak (Setyadi, Dolorosa, Aritonang, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui atribut yang berpengaruh terhadap preferensi</li> <li>2. Mengetahui tingkat preferensi konsumsi daging sapi oleh masyarakat Tionghoa</li> <li>3. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pangan olahan jajanan berbasis singkong</li> </ol>	Analisis Konjoin.	Aroma daging sapi merupakan atribut yang paling dipertimbangkan serta memiliki nilai yang paling tinggi dalam mempengaruhi preferensi konsumsi pada masyarakat Tionghoa, Nilai kepentingan relatif dalam menentukan preferensi konsumen terhadap daging sapi secara berturut-turut adalah aroma, warna, lemak, tekstur, jenis daging, ukuran pembelian dan potongan daging.

Tabel 2. Lanjutan

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
6.	Preferensi Konsumen Berdasarkan Kualitas dan Berat Karkas Ayam Beku di <i>Showroom</i> MBC (Muthalib, Sohrah, Fitri, Rusman, Ahmad, 2021).	Mengetahui preferensi konsumen karkas ayam <i>broiler</i> beku di <i>showroom</i> Maiwa Breeding Center (MBC)	Analisis deskriptif kuantitatif	Indeks dari kualitas dan berat berada pada interval 80 – 100. Dimana pada variabel kualitas yaitu 88,3 % dan variabel berat yaitu 85,3 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap karkas ayam <i>broiler</i> beku <i>showroom</i> Maiwa Breeding Center (MBC) berdasarkan kualitas dan berat menunjukkan respon sangat suka
7.	Preferensi dan Pola Konsumsi Daging Kerbau pada Konsumen Rumah Tangga di Kabupaten Pandeglang (Masithoh, Atmakusuma, 2002).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui preferensi konsumsi daging kerbau berkaitan dengan aspek sosial budaya, pribadi, dan psikologis</li> <li>2. Mengetahui pola konsumsi daging kerbau dan faktor-faktor yang memengaruhinya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif kualitatif</li> <li>2. Analisis deskriptif kuantitatif</li> <li>3. Analisis korelasi <i>Rank Spearman</i></li> <li>4. Analisis regresi linear berganda</li> </ol>	Tingkat konsumsi masyarakat akan daging kerbau dipengaruhi oleh adat istiadat, tingkat pendidikan, umur, penentu konsumsi rumah tangga, dan jumlah anggota keluarga, Jumlah permintaan daging kerbau dipengaruhi oleh pendapatan rumah tangga dan tidak dipengaruhi oleh harga daging kerbau, harga daging ayam, dan juga jumlah anggota keluarga
8.	Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado (Simarmata, Endoh, Oroh, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis perbedaan preferensi konsumen.</li> <li>2. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut daging broiler</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis <i>Chi Square</i></li> <li>2. Analisis sikap multiatribut <i>fishbein</i>.</li> </ol>	Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging broiler yang dipertimbangkan konsumen yaitu warna daging, aroma daging, kekenyalan kulit, dan bobot daging. Sikap konsumen terhadap atribut daging broiler yang paling ipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging broiler adalah warna.

Tabel 2. Lanjutan

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
9.	Pola Konsumsi Daging Ayam <i>Broiler</i> Berdasarkan Tingkat Pengetahuan dan Pendapatan Kelompok Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran (Winda, Tawaf, Sulistyati, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui preferensi konsumsi daging ayam <i>broiler</i> pada kelompok mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran berdasarkan tingkat pengetahuan gizi,</li> <li>2. Mengetahui preferensi konsumsi daging ayam <i>broiler</i> pada kelompok mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran berdasarkan tingkat pendapatan</li> <li>3. Mengkaji pola konsumsi daging ayam <i>broiler</i> pada kelompok mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran berdasarkan tingkat pengetahuan gizi dan tingkat pendapatan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis statistik deskriptif</li> <li>2. Analisis <i>Chi Square</i></li> </ol>	Pada kategori tingkat pengetahuan gizi tinggi menyukai menu ayam bakar, dengan alasan enak. Pada kategori tingkat pengetahuan gizi sedang menyukai menu ayam bakar, bagian paha atas, dengan alasan enak. Pada kategori tingkat pengetahuan gizi rendah menyukai menu ayam goreng, bagian dada, dengan alasan enak. mahasiswa dengan berbagai tingkat pendapatan suka dalam mengonsumsi daging ayam broiler. Pada kategori tingkat pendapatan tinggi menyukai menu ayam bakar, bagian dada, dengan alasan enak. Pada kategori tingkat pendapatan rendah menyukai menu ayam goreng, bagian paha atas, dengan alasan enak. Pola konsumsi yang ada menggambarkan mahasiswa dalam memilih daging ayam <i>broiler</i> untuk dikonsumsi. Jumlah rata-rata konsumsi daging ayam <i>broiler</i> selama satu minggu sebanyak 500 gram per orang. Frekuensi konsumsi dalam satu minggu, yaitu satu kali per hari.

Tabel 2. Lanjutan

No	Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
10.	Pola Konsumsi Daging Sapi Oleh Rumah Tangga di Bandar Lampung. (Parulian, Lestari, Adawiyah, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui pola konsumsi daging sapi</li> <li>2. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi</li> <li>3. Elastisitas permintaan daging sapi oleh rumah tangga di Bandar Lampung.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode deskriptif kualitatif</li> <li>2. Metode deskriptif kuantitatif.</li> </ol>	Rata-rata konsumsi daging sapi dalam periode Juli- September sebanyak 0,5-3 Kg/per 3 bulan. Jenis potongan daging sapi yang paling banyak dikonsumsi adalah paha depan daging sebesar 43,61 kg/per 3 bulan. Frekuensi konsumsi daging sapi paling banyak adalah 1-3 kali dalam periode Juli-September, Sebanyak 76,64% rumah tangga memilih pasar tradisional dalam membeli daging sapi. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung adalah ayam ras, ayam kampung, pendidikan, pendapatan dan tempat pembelian. Elastisitas pendapatan daging sapi bernilai positif 0,993 untuk pasar tradisional dan 1,352 pada supermarket

### C. Kerangka Pemikiran

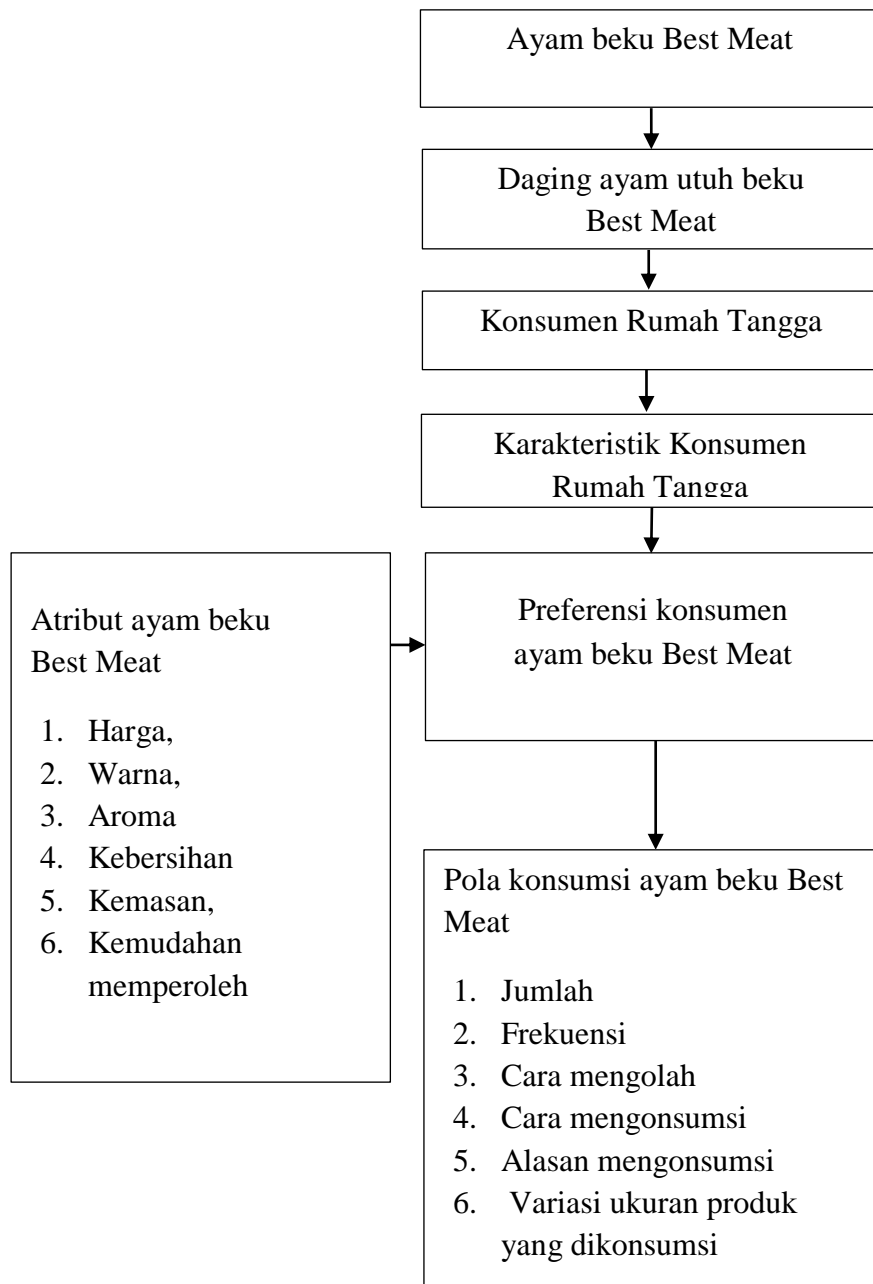
Ayam beku merupakan daging ayam yang dijual dalam bentuk beku. Ayam beku ini hadir untuk membuat konsumen lebih mudah mengonsumsi ayam yang dapat disimpan lebih lama di dalam pendingin,. Penelitian hanya dilakukan pada toko ritel Best Meat yang berada di Bandar Lampung dan pada produk daging ayam utuh beku Best Meat. Menurut Winardi (2003) pengertian perilaku konsumen adalah perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Salah satu aspek dalam perilaku konsumen adalah sikap dan yang mencakup dalam aspek sikap yaitu preferensi. Preferensi merupakan kecenderungan pilihan konsumen terhadap atribut-atribut yang disukai dari ayam beku Best Meat.

Atribut merupakan salah satu faktor yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa, karena atribut menunjukkan karakteristik dari suatu produk. Atribut ayam beku pada penelitian ini adalah harga, warna, aroma, kebersihan, kemasan, dan kemudahan memperoleh. Setiap konsumen tentu saja memiliki preferensi yang berbeda-beda sehingga terjadi adanya perbedaan dalam memilih produk tersebut. Atribut pada penelitian ini merujuk pada penelitian Jannah (2022), karena dalam penelitiannya meneliti tentang atribut daging ayam beku sehingga atribut disesuaikan dengan produk ayam beku Best Meat. Atribut ayam beku dalam penelitian Jannah (2022), yaitu harga, warna, aroma, tekstur. Dalam penelitian ini, atribut- atribut yang diduga memengaruhi preferensi konsumen ayam beku Best Meat adalah harga, warna, aroma, kebersihan, kemasan, dan kemudahan memperoleh.

Preferensi atau sikap suka dan tidak suka seseorang terhadap ayam beku Best Meat. akan berpengaruh terhadap pola konsumsi ayam beku Best Meat orang tersebut. Pola konsumsi adalah susunan makanan yang dikonsumsi rata-rata per orang per hari dilihat dari frekuensi dan jumlah konsumsi pada periode tertentu. Pola konsumsi menunjukkan cara

seseorang memilih dan mengonsumsi makanan sebagai tanggapan terhadap pengaruh fisiologis, psikologis, budaya, dan sosial. Pola konsumsi merujuk pada penelitian Parulian (2004) dan Winda (2016), yaitu frekuensi, jumlah, jenis potongan daging, alasan mengonsumsi, cara mengolah dan cara mengonsumsi, karena adanya kemiripan yaitu tentang daging sehingga penelitian ini merujuk pada penelitian tersebut dan kemudian disesuaikan dengan produk ayam beku Best Meat. Pola konsumsi seseorang terhadap ayam beku Best Meat dapat dilihat dari frekuensi, jumlah, cara mengolah, cara mengonsumsi, alasan seseorang mengonsumsi, variasi ukuran produk ayam beku Best Meat yang sering dikonsumsi. Bagan alir Analisis Preferensi dan Pola Konsumsi Konsumen Ayam Beku Best Meat dapat dilihat pada Gambar 1.





Gambar 1. Bagan alir analisis preferensi dan pola konsumsi konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud dengan metode survei adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, dimana sampel digunakan dalam pengumpulan datanya dapat digeneralisasi untuk populasi. Metode ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995).

#### **B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional**

Konsep dasar dan definisi operasional adalah pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data dan melakukan analisis yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

Ayam beku adalah daging ayam yang diawetkan dengan cara menyimpannya dalam lemari pendingin dan dibekukan.

Konsumen adalah seseorang yang membeli, mengevaluasi dan mengonsumsi ayam beku Best Meat.

Daging ayam utuh adalah daging yang dijual secara utuh tanpa kepala dan ceker yang sudah dibersihkan dari bulunya juga jeroannya.

Karakteristik konsumen adalah sifat konsumen yang membeli dan mengonsumsi daging ayam beku Best Meat sesuai dengan kriteria yang ditentukan yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

Preferensi adalah tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut-atribut dari ayam beku Best Meat yang dilihat skor penilaian menggunakan skala likert berdasarkan tingkat kepentingan dan kepercayaan konsumen terhadap atribut-atribut ayam beku Best Meat. Preferensi dianalisis dengan menggunakan metode Multiatribut Fishbein.

Atribut ayam beku Best Meat adalah segala sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri. Atribut produk dalam penelitian ini yaitu harga, warna, aroma, kebersihan,, kemasan produk, dan kemudahan memperoleh.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan produk ayam beku dari Best Meat yang ingin dibeli dengan satuan Rupiah per kemasan. Atribut harga diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: sangat murah (5), murah (4), biasa saja(netral) (3), mahal (2), dan sangat mahal (1).

Warna merupakan salah satu faktor yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan terhadap ayam beku dan akan berpengaruh terhadap selera konsumen. Atribut warna diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: putih kemerahan (5), putih kekuningan (4), putih pucat (3), abu-abu (2), dan kebiruan (1).

Aroma adalah anggapan indra pencium terhadap rangsangan saraf dalam penelitian ini yaitu bau khas yang berasal dari ayam beku. Atribut aroma diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: sangat khas (5), khas (4), biasa saja(netral) (3), tidak khas (2), dan sangat tidak khas (1).

Kebersihan adalah penilaian konsumen setelah melihat kondisi kelayakan fisik maupun tempat penjualan daging ayam beku Best Meat. Atribut kebersihan diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: sangat bersih (5), bersih (4), biasa saja (netral) (3), kotor (2), dan sangat kotor (1).

Kemasan adalah pembungkus ataupun suatu wadah yang berfungsi agar mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk ayam beku Best Meat yang dikemas. Atribut kemasan diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: sangat menarik (5), menarik (4), cukup mudah (3), tidak menarik (2), dan sangat tidak menarik (1).

Kemudahan memperoleh adalah akses untuk mendapatkan produk ayam beku Best Meat. Atribut kemudahan memperoleh diukur dengan menggunakan skala likert yaitu: sangat mudah diperoleh (5), mudah diperoleh (4), biasa saja (netral) (3), sulit diperoleh (2), dan sangat sulit diperoleh (1).

Pola konsumsi ayam beku Best Meat adalah susunan kebutuhan ayam beku Best Meat yang dikonsumsi oleh konsumen dan dicerminkan dalam jumlah, frekuensi mengonsumsi, cara mengonsumsi, alasan mengonsumsi, dan variasi ukuran produk ayam beku Best Meat yang sering dikonsumsi.

Jumlah ayam beku Best Meat adalah banyaknya ayam beku Best Meat yang dikonsumsi dalam satu bulan. Jumlah diukur dalam satuan kilogram.

Frekuensi pembelian ayam beku Best Meat adalah ukuran jumlah berapa kali ayam beku Best Meat dibeli dalam satu bulan. Frekuensi dinyatakan per kali dalam satu bulan.

Cara mengolah ayam beku Best Meat adalah proses merubah bahan pangan mentah menjadi olahan setengah jadi maupun produk siap saji yang dapat langsung dikonsumsi serta memiliki nilai gizi. Cara mengolah yang terdiri dari digoreng, dibakar, disayur, dan olahan lainnya

Cara mengonsumsi ayam beku Best Meat adalah dijadikan sebagai apa ayam beku Best Meat yang akan dikonsumsi terdiri dari dijadikan sebagai lauk makan atau cemilan.

Alasan mengonsumsi ayam beku Best Meat adalah dasar pemikiran yang membenarkan suatu kegiatan untuk mengonsumsi ayam beku Best Meat. Alasan mengonsumsi yaitu terjamin keamanan produknya, sudah halal, dan ingin mencoba.

Variasi ukuran produk yang dikonsumsi adalah dari produk ayam beku Best Meat utuh dengan beberapa ukuran atau bobot yang berbeda yaitu daging ayam utuh 0,6 kg, daging ayam utuh 0,7 kg, daging ayam utuh 0,8 kg, daging ayam utuh 0,9 kg, daging ayam utuh 1 kg, daging ayam utuh 1,2 kg, daging ayam utuh 1,3 kg, daging ayam utuh 1,4 kg, dan daging ayam utuh 1,5 kg.

### **C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kota Bandar Lampung . Lokasi dipilih dengan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa toko ritel Best Meat banyak berada di kota Bandar Lampung dan menurut Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan Kota Bandar Lampung (2017), Kota Bandar Lampung ditetapkan menjadi Pusat Kegiatan Nasional (PKN) sehingga menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dan Kota Bandar Lampung merupakan wilayah yang paling banyak toko ritel Best Meat di Provinsi Lampung. Kecamatan yang akan digunakan sebagai sampel penelitian dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu masyarakat sejahtera dan masyarakat prasejahtera.

BPS (2022) mencatat bahwa kecamatan Teluk Betung Timur memiliki persentase penduduk prasejahtera tertinggi dibandingkan kecamatan lainnya, yaitu sebesar 7%, sehingga kecamatan Teluk Betung Timur dipilih sebagai kecamatan yang mewakili masyarakat menengah ke

bawah. Kecamatan yang mewakili penduduk sejahtera adalah Kecamatan Sukarame dengan persentase penduduk prasejahtera terendah hanya 3%. Data persentase penduduk pra sejahtera berdasarkan kecamatan di Kota Bandar Lampung tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Sebaran penduduk (jiwa) prasejahtera di Kota Bandar Lampung tahun 2022

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Penduduk Prasejahtera (Jiwa)	
			Jumlah	%
1	Panjang	75.046	43.143	6%
2	Bumi Waras	58.511	36.611	6%
3	Teluk Betung Timur	49.554	33.861	7%
4	Tanjung Karang Barat	62.462	30.024	5%
5	Sukabumi	71.725	29.890	4%
6	Kemiling	84.390	28.975	4%
7	Teluk Betung Selatan	39.391	28.506	7%
8	Teluk Betung Barat	37.793	28.117	7%
9	Tanjung Karang Pusat	51.089	28.006	5%
10	Way Halim	68.296	27.278	4%
11	Teluk Betung Utara	50.656	24.927	5%
12	Kedaton	52.856	23.691	4%
13	Tanjung Karang Timur	49.554	22.309	5%
14	Sukarame	66.457	20.156	3%
15	Rajabasa	54.751	19.651	4%
16	Tanjung Senang	60.906	18.437	3%
17	Kedamaian	53.317	15.699	3%
18	Labuhan Ratu	48.045	15.699	3%
19	Langkapura	42.123	14.349	3%
20	Enggal	26.189	9.996	4%

Sumber : BPS & Dinas Sosial Kota Bandar Lampung, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh dari Best Meat (2022) terdapat 36 toko ritel Best Meat yang tersebar di Kota Bandar Lampung. Jumlah ritel Best Meat per kecamatan disajikan pada Tabel 4. Penentuan toko ritel yang akan dijadikan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu pada toko ritel di Kecamatan Teluk Betung Timur dan Kecamatan Sukarame. Salah satu toko ritel yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah pada Kecamatan Sukarame adalah toko Best Meat Permata Biru

dikarenakan Best Meat Permata Biru tempatnya yang strategis yaitu berada lebih dekat dengan perumahan dibandingkan 2 toko lainnya.

Lokasi ritel berikutnya yang berada di Kecamatan Teluk Betung Timur dan outlet yang akan dijadikan lokasi penelitian ini adalah toko Best Meat Kota Karang dikarenakan pada Kecamatan Teluk Betung Timur hanya terdapat satu toko ritel Best Meat.

Tabel 4. Jumlah toko ritel Best Meat per kecamatan di Bandar Lampung

No	Kecamatan	Jumlah	No	Kecamatan	Jumlah
1	Tanjung Seneng	3	11	Panjang	1
2	Labuhan Ratu	3	12	Langkapura	2
3	Sukabumi	3	13	Teluk Betung Utara	2
4	Kemiling	2	14	Teluk Betung Selatan	2
5	Kedamaian	4	15	Teluk Betung Barat	1
6	Sukarame	3	16	Teluk Betung Timur	1
7	Kedaton	2	17	Tanjung Karang Pusat	1
8	Rajabasa	1	18	Tanjung Karang Barat	2
9	Enggal	1	19	Tanjung Karang Timur	1
10	Way Halim	1			

Sumber : Best Meat (2022)

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* karena populasi yang diteliti jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu ibu rumah tangga, bersedia untuk diwawancari, berumur diatas 19 tahun dan mampu memberikan informasi yang dikehendaki. lalu konsumen

harus sedang atau pernah membeli ayam beku Best Meat, frekuensi pembelian dan mengonsumsi ayam beku Best Meat lebih dari satu kali dalam sebulan serta konsumen yang membeli ayam beku Best Meat untuk dikonsumsi sendiri.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang konsumen ayam beku Best Meat. Jumlah ini mengacu pada pendapat Gay dan Diehl (1996) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum yang dapat diterima berdasarkan metode deskripsi korelasional minimal sebanyak 30 sampel. Sebanyak 30 sampel lainnya ditambahkan dengan pertimbangan untuk memperbesar peluang data menyebar normal. Gay dan Diehl (1996) mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil, maka data akan semakin menyebar normal sehingga hasil yang diperoleh semakin baik. Oleh karena itu, pada setiap toko ritel ditetapkan masing-masing sebanyak 30 sampel. Pengambilan data dilakukan pada Februari -April 2023.

#### **D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada konsumen ayam beku Best Meat dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan dalam bentuk kuesioner. Data sekunder diperoleh dari studi literatur terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu, makalah, dan artikel yang berhubungan dengan topik penelitian, Badan Pusat Statistik, dan instansi terkait lainnya. Untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mengukur data penelitian benar-benar dapat mengukur yang ingin diukur dalam penelitian, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

##### **1) Uji validitas**

Uji validitas untuk menunjukkan seberapa jauh suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dikatakan



valid apabila mampu mengukur apa yang digunakan serta dapat mengungkap data dari hasil variabel yang diteliti dengan tepat. Pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan item total. Pada uji validitas, variabel yang dinyatakan valid jika memiliki angka korelasi  $\geq 0,361$  dengan taraf signifikansi 5% (Arikunto, 2002). Validitas variabel dapat dihitung berdasarkan korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan skor total. Rumus yang digunakan untuk uji validitas yaitu :

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi (validitas)

X = skor pada subyek item n

Y = skor total subyek

XY = skor pada subyek item n dikalikan skor total

n = banyaknya subjek

di mana:

- a) Jika r hasil positif dan r hasil  $>$  r tabel, maka variabel tersebut valid
- b) Jika r hasil negatif dan r hasil  $<$  r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Berdasarkan hasil pengujian, atribut pertanyaan yang diberikan kepada responden adalah valid karena seluruhnya memiliki angka korelasi  $\geq 0,361$  dengan taraf kepercayaan 5 persen. Hasil uji validitas uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan konsumen ayam beku Best Meat dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Hasil uji validitas tingkat kepentingan konsumen ayam beku Best Meat

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Harga	0,680	0,361	Valid
Warna	0,631	0,361	Valid
Aroma	0,839	0,361	Valid
Kebersihan	0,612	0,361	Valid
Kemasan	0,603	0,361	Valid
Kemudahan memperoleh	0,611	0,361	Valid

Tabel 6. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan konsumen ayam beku Best Meat

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Harga	0,739	0,361	Valid
Warna	0,687	0,361	Valid
Aroma	0,632	0,361	Valid
Kebersihan	0,684	0,361	Valid
Kemasan	0,635	0,361	Valid
Kemudahan memperoleh	0,665	0,361	Valid

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Penelitian ini melakukan satu kali wawancara terhadap responden sehingga uji reliabilitas yang dilakukan dengan uji tes tunggal. Untuk menghitung reliabilitas tes bentuk uraian dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach-Alpha* yaitu:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

A = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varians skor total

$\sigma_i$  = varians responden untuk item i

di mana jika *alpha* atau r hitung:

- a) 0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik
- b) 0,6 – 0,799 = Reliabilitas diterima
- c) < 0,6 = Reliabilitas kurang baik

Setelah dilakukan uji diperoleh hasil pada Tabel 7 yang menunjukkan Nilai *Cronbach's Alpha* tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan atribut pada ayam beku Best Meat yaitu lebih besar dari 0,6 yang artinya semua pertanyaan yang diajukan pada kuesioner dikatakan reliabel. Pertanyaan kuesioner untuk variabel atribut produk dalam menghitung tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan konsumen ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung dinyatakan valid dan reliabel sehingga seluruh atribut produk tersebut dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan konsumen ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan ayam beku Best Meat

Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standard
Tingkat Kepentingan	0,746	0,6
Tingkat Kepercayaan	0,750	0,6

## E. Metode Analisis Data

### 1. Model Multiatribut Fishbein

Untuk menjawab tujuan kedua, yaitu menganalisis preferensi konsumen ayam beku Best Meat, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model multiatribut fishbein. Analisis deskriptif dengan multiatribut Fishbein ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen merangkai keyakinan terhadap suatu produk sehingga membentuk sikap dan perilaku tentang objek. Secara sistematis rumus mode; multriatribut Fishbein menurut Engel et al (2006) adalah:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \times e_i$$

Keterangan :

$A_o$  = Sikap terhadap suatu objek

$b_i$  = Kekuatan kepercayaan terhadap atribut

$e_i$  = Evaluasi terhadap atribut

$n$  = Jumlah atribut yang dimiliki objek

Skala likert dengan rentang skala yang terdiri dari 1 sampai 5 digunakan untuk pengukuran analisis preferensi konsumen. Skala likert diekspresikan dalam pernyataan atau menggunakan ukuran ordinal dengan ranking. Atribut pada penelitian ini adalah harga, warna, aroma, kebersihan, kemasan, dan kemudahan memperoleh ayam beku Best Meat. Indeks sikap konsumen diurutkan dari yang tertinggi hingga terendah untuk menentukan atribut yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam pembelian. Ketentuan evaluasi atribut terhadap ayam beku Best Meat disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Ketentuan evaluasi atribut terhadap ayam beku Best Meat

Keterangan	Skor
Sangat penting	5
Penting	4
Kurang penting	3
Tidak penting	2
Sangat tidak penting	1

Evaluasi atribut (ei) menggambarkan tentang evaluasi terhadap atribut-atribut yang diukur dengan skor (5),(4),(3),(2),(1).

Kepercayaan atribut menunjukkan seberapa besar rasa percaya konsumen terhadap atribut ayam beku Best Meat. Skor pengukuran pada kepercayaan atribut sama dengan skor pengukuran evaluasi atribut yaitu (5),(4),(3),(2),(1). Ketentuan kepercayaan atribut disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Ketentuan kepercayaan atribut ayam beku Best Meat

Atribut	5	4	3	2	1
Harga	Sangat Murah	Murah	Cukup mahal	Mahal	Sangat mahal
Warna	putih kemerahan	putih kekuningan	putih pucat	abu-abu	kebiruan
Aroma	Sangat khas	Khas	Biasa saja	Tidak khas	Sangat tidak khas
Kebersihan	Sangat bersih	Bersih	Biasa saja	Tidak bersih	Sangat tidak bersih
Kemasan	Sangat menarik	Menarik	Cukup menarik	Tidak menarik	Sangat tidak menarik
Kemudahan memperoleh	Sangat mudah	mudah	Cukup mudah	Sulit	Sangat sulit

## 2. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Untuk menjawab tujuan pertama dan ketiga, yaitu karakteristik konsumen dan menganalisis pola konsumsi ayam beku Best Meat, maka metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan tabulasi data. Karakteristik konsumen terkait dengan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.. Adapun hal-hal yang dianalisis dalam pola konsumsi yaitu mencakup jumlah, frekuensi, cara mengolah, cara mengonsumsi, alasan mengonsumsi dan variasi ukuran produk ayam beku Best Meat yang sering dikonsumsi. Jumlah dan frekuensi konsumsi ayam beku Best Meat yang dikonsumsi selama satu bulan. Frekuensi konsumsi dinyatakan dalam satuan kali per bulan dan jumlah konsumsi dinyatakan dalam kilogram per bulan. Cara mengolah dengan digoreng, dibakar, disayur ataupun olahan lainnya. Cara mengonsumsi beku Best Meat yaitu dijadikan lauk makan atau cemilan Alasan mengonsumsi ayam beku Best Meat terdiri atas alasan terjamin keamanan produknya, sudah halal, dan ingin mencoba. Variasi ukuran produk ayam beku Best Meat yang sering dikonsumsi.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung**

Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota dari Provinsi Lampung yang terletak di wilayah yang strategis dan menjadi pusat pemerintahan, sosial, politik, pendidikan, kebudayaan, dan perekonomian daerah Lampung. Dalam sistem perkotaan nasional, Kota Bandar Lampung telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) dengan fungsi utama sebagai pusat pemerintahan provinsi, pusat perdagangan dan jasa regional, pusat distribusi dan koleksi, pusat pendukung jasa pariwisata, dan pusat pendidikan tinggi. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 19.722 ha yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak antara  $50^{\circ}20'$ - $50^{\circ}30'$  LS dan  $105^{\circ}28'$ - $105^{\circ}37'$  BT dengan batas-batas sebagai berikut :

1. Batas utara berbatasan dengan Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan
2. Batas selatan berbatasan dengan Kecamatan Padang Cermin, Ketibung dan Teluk Lampung, Kabupaten Lampung Selatan
3. Batas timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan
4. Batas barat berbatasan dengan Kecamatan Gedong tataan dan Padang Cermin Kabupaten Lampung Selatan.

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

1. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung Bagian Selatan dan Panjang.
2. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung Bagian Utara.

3. Daerah dataran tinggi serta sedikit gelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang Bagian Barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian timur selatan.
4. Teluk Lampung dan pulau kecil bagian selatan.

Penduduk Kota Bandar Lampung terdiri dari berbagai macam suku dengan jumlah penduduk yang terus meningkat tiap tahunnya. Pada Tabel 10 dapat diketahui bahwa penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2010 hingga tahun 2021 terus mengalami pertambahan jumlah penduduk. Berikut merupakan data jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2010 hingga tahun 2021 berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 10. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2010 hingga tahun 2021 berdasarkan jenis kelamin

Tahun	Laki-laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
2010	446.978	438.385	885.363
2011	456.285	448.037	904.322
2012	465.673	457.502	923.175
2013	475.039	467.000	942.039
2014	484.215	476.480	960.695
2015	493.411	485.876	979.287
2016	502.418	495.310	997.728
2017	511.371	504.539	1.015.910
2018	520.078	513.725	1.033.803
2019	528.804	522.696	1.051.500
2020	537.396	531.586	1.068.982
2021	594.292	571.774	1.166.066

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung , 2022

Menurut Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan Kota Bandar Lampung (2017), Kota Bandar Lampung ditetapkan menjadi Pusat Kegiatan Nasional (PKN) sehingga menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dan Kota Bandar Lampung merupakan wilayah yang paling banyak dibangunnya toko-toko yang menjual semua kebutuhan konsumen seperti toko daging ayam beku. Toko yang menjual produk-produk pangan beku yang ada di Bandar Lampung yaitu Best Meat, Prima Freshmart, Yamiku,



Kios Unggas dan masih banyak lainnya. *Best Meat* merupakan salah satu toko *frozen food* yang berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang. *Best Meat* di Bandar Lampung terdapat 36 toko yang tersebar di kecamatan-kecamatan yang ada di Bandar Lampung. Produk yang dijual di toko *Best Meat* ini yaitu daging ayam beku utuh, daging ayam beku potongan, aneka *seafood* beku dan olahannya, *frozen food* olahan seperti *nugget* ayam dan sosis ayam dan sapi . Toko *Best Meat* juga menjual aneka ragam bumbu-bumbu dapur dan tepung instan siap pakai.

## **B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

### **1. Best Meat Permata Biru**

*Best Meat* merupakan anak perusahaan dari PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. *Best Meat Permata Biru* adalah salah satu toko yang menyediakan daging ayam beku serta berbagai olahannya di Bandar Lampung. *Best Meat Permata Biru* merupakan salah satu toko *Best Meat* yang ada di kecamatan Sukarame lebih tepatnya terletak di jalan Pulau Sebesi No.100 Sukarame Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. *Best Meat Permata Biru* sudah buka dari tahun 2018. Waktu operasional *Best Meat Permata Biru* pada hari Senin sampai Minggu pukul 08.00 – 20.00 WIB. Jumlah pegawai pada *Best Meat Permata Biru* berjumlah 2 orang bekerja secara bergantian atau dengan jadwal *shift* nya masing-masing. Untuk pengisian ayam utuh beku *Best Meat Permata Biru* menunggu persediaan ayam utuh beku kosong terlebih dahulu, diperkirakan dalam satu bulan 10-15 kali datang barang, jumlah ayam utuh beku sebanyak 2 karung dan jumlah dalam satu karung minimal sebanyak 48 ekor ayam utuh beku *Best Meat*.

Kecamatan Sukarame merupakan salah satu kecamatan yang terletak di ujung timur Kota Bandar Lampung. Letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Sukarame memiliki batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Sukabumi
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Way Halim dan Kecamatan Kedamaian.

Kecamatan Sukarame memiliki luas wilayah sebesar 14,75 Km<sup>2</sup>. Dengan luas wilayah tersebut Kecamatan Sukarame terdiri dari 6 kelurahan yaitu Sukarame, Way Dadi, Korpri Jaya, Way Dadi Baru, Korpri Raya dan Sukarame Baru. Pada Tahun 2022 Semester 1, penduduk Kecamatan Sukarame berjumlah 66.457 jiwa. Berikut Jumlah penduduk Kecamatan Sukarame berdasarkan kelurahan tahun 2022 yang disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah penduduk Kecamatan Sukarame berdasarkan kelurahan tahun 2022

Desa/Kelurahan	Penduduk (Jiwa)		
	Laki-Laki	Perempuan	Total
Sukarame	11.630	11.415	23.045
Way Dadi	6.728	6.422	13.150
Korpri Jaya	2.807	2.662	5.469
Way Dadi Baru	4.258	4.193	8.451
Korpri Raya	4.566	4.496	9.062
Sukarame Baru	3.721	3.559	7.280
Jumlah	33.710	32.747	66.457

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung , 2022

## 2. Best Meat Kota Karang

Best Meat Kota Karang terletak di jalan Laksamana R.E.Martadinata, Kota Karang, Kecamatan Teluk Betung Timur, Kota Bandar Lampung. Best Meat Kota Karang sudah ada dari tahun 2018. Waktu operasional Best Meat Kota Karang pada hari Senin sampai Minggu pukul 08.00 – 20.00 WIB. Jumlah pegawai pada Best Meat Kota Karang berjumlah 2 orang bekerja secara bergantian atau dengan jadwal *shift* nya masing-

masing. Untuk pengisian ayam utuh beku Best Meat Kota Karang setiap minggunya sebanyak 5 kali stok ayam datang sehingga dalam satu bulan diperkirakan sebanyak 20 kali datang barang, jumlah ayam utuh beku sebanyak 5 karung dan jumlah dalam satu karung minimal sebanyak 25 ekor ayam utuh beku Best Meat.

Kecamatan Teluk Betung Timur merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung. Letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Teluk Betung Timur dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat dan Kecamatan Teluk Betung Selatan.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat

Kecamatan Teluk Betung Timur memiliki luas wilayah sebesar 14,83 Km<sup>2</sup>. Dengan luas wilayah tersebut Kecamatan Teluk Betung Timur terdiri dari 6 kelurahan yaitu Sukamaju, Keteguhan, Kota Karang, Perwata, Way Tataan dan Kota Karang Raya. Pada tahun 2022 semester 1, penduduk Kecamatan Teluk Betung Timur berjumlah 49.554 jiwa. Berikut Jumlah penduduk Kecamatan Sukarame berdasarkan kelurahan tahun 2022 yang disajikan pada Tabel 12

Tabel 12. Jumlah penduduk Kecamatan Teluk Betung Timur berdasarkan kelurahan tahun 2022

Desa/Kelurahan	Penduduk(Jiwa)		
	Laki-Laki	Perempuan	Total
Sukamaju	3.282	3.030	6.312
Keteguhan	8.038	7.470	15.508
Kota Karang	6.785	6.387	13.127
Perwata	2.510	2.465	4.975
Way Tataan	1.755	1.645	3.400
Kota Karang Raya	3.144	3.043	6.187
Jumlah	25.514	24.040	49.554

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung , 2022

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen ayam beku Best Meat di Bandar Lampung adalah perempuan dengan pekerjaan ibu rumah tangga usia 45-54 tahun pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan rata-rata jumlah anggota keluarga 4 orang, dan pendapatan rumah tangga Rp2.500.001,00-Rp5.500.000,00 per bulan.
2. Preferensi konsumen ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung berkategori suka dengan nilai sikap (Ao) sebesar 113,94. Atribut yang paling disukai yaitu kebersihan.
3. Pola konsumsi konsumen ayam beku Best Meat di Kota Bandar Lampung adalah jumlah konsumsi 3,43 kg/bulan dengan frekuensi pembelian 3 kali/bulan, cara mengonsumsi dijadikan sebagai lauk makan dengan cara digoreng, alasan mengonsumsi yaitu dikarenakan terjaminnya keamanan produk, variasi ukuran yang dibeli atau dikonsumsi yaitu daging ayam utuh beku ukuran 1 kg dan jika tidak tersedia produk ayam beku Best Meat yang diinginkan merek lain yang dikonsumsi yaitu CP Chicken.

### **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa harga merupakan atribut yang mendapatkan skor terendah dikarenakan harga yang berubah-ubah, oleh karena itu disarankan untuk memberikan informasi yang dapat

ditampilkan di toko atau media sosial jika ada perubahan harga pada produk.

2. Terdapat sebagian konsumen ayam beku Best Meat yang memilih merek lain jika persediaan ayam beku Best Meat kosong, Hal ini diduga belum tinggi nya tingkat loyalitas dari konsumen ayam beku Best Meat. Namun pada penelitian ini belum dilakukan analisis terkait tingkat loyalitas dari konsumen ayam beku Best Meat, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut terkait loyalitas konsumen ayam beku Best Meat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, M., Suryana, A., Suhartini, S. H., & Saliem, H. P. 2018. Keragaan konsumsi pangan hewani berdasarkan wilayah dan pendapatan di tingkat rumah tangga. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2). [https:// repository.pertanian.go.id/items/e7383a3d-3f48-44c1-99c0-2c208801615b](https://repository.pertanian.go.id/items/e7383a3d-3f48-44c1-99c0-2c208801615b). Diakses 25 Juni 2023
- Arief, B. A. N., & Oktafani, F. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Efek Gitar Merek Behringer Di Tiga Negeri Jalan Soka Bandung. *eProceedings of Management*, 1(3). [https:// open librarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3935](https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3935). Diakses pada 29 November 2022
- A Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- 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), 76-89. <http://jurnalkampus.stipfarming.ac.id/index.php/am/article/view/287>. Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Penggolongan Pendapatan Penduduk*. BPS . Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Kota Bandar Lampung dalam Angka*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- \_\_\_\_\_. 2022. . *Kecamatan Teluk Betung Timur Dalam Angka 2022*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung
- \_\_\_\_\_. 2022. . *Kecamatan Sukarame Dalam Angka 2022*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung
- \_\_\_\_\_. 2023. Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Menurut Jenis Komoditi Makanan Kelompok Daging. <https://bps.go.id/indicator/5/190/1/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-menurut-jenis-komoditi-makanan-kelompok-daging.html>. Diakses pada 20 Agustus 2023.
- Bappenas.2018.Kelompok Usia. [https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/Kelompok\\_Usia](https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/Kelompok_Usia). Diakses 21 Mei 2023

- Best Meat.2022. Tentang Best Meat. <https://bestmeat.id/en/home/about>. Diakses 10 Oktober 2022.
- BKKBN.1998. *Buku Pegangan untuk Petugas Lapangan Mengenai Produksi Sehat*. BKKBN. Jakarta
- Dinas Sosial Kota Bandar Lampung, 2022. Statistik Sektoral Kota Bandar Lampung Tahun 2022. [https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK%20SEKTORAL%20KOTA%20BANDAR%20LAMPUNG%20TAHUN%202022-min%20\(1\).pdf](https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK%20SEKTORAL%20KOTA%20BANDAR%20LAMPUNG%20TAHUN%202022-min%20(1).pdf). Diakses 15 Januari 2023
- Elmanora, E., Muflikhati, I., & Alfiasari, A. 2012. Kesejahteraan Keluarga Petani Kayu Manis. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 5(1), 58-66. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jikk/article/view/6338>. Diakses 23 Mei 2023
- Farras, M. F., Anindita, R., & Asmara, R. 2021. Pola Konsumsi dan Permintaan Protein Hewani di Kota Malang Model Almost Ideal Demand System (AIDS). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 286-297. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/628>. Diakses 25 Juni 2023
- Gay, L. R dan P. L. Diehl. 1996. *Research Methods for Business and Management*. MacMillan Publishing Company. New York.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harsoyo, O. 2021. Studi Tentang Perilaku Konsumsi Daging Ayam Selama Masa Pandemi Pada Pengunjung Pasar Saliwangi Cilacap (*Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang*). [http:// repository.unika.ac.id/ 27073/](http://repository.unika.ac.id/27073/). Diakses 24 Mei 2023
- Hendaris, T. W. 2013. Pola Konsumsi dan Atribut-atribut Beras Siger yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *Skripsi Jurusan Agribisnis*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ilham, M., Fitra, D., & Suryani, P. 2017. Preferensi Konsumen Dalam Memilih Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. *In Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner* (pp. 491-499). [https:// www .researchgate .net/profile/Deni-Fitra/publication/326576847](https://www.researchgate.net/profile/Deni-Fitra/publication/326576847). Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Indriani, Y. 2015. *Gizi dan Pangan*. CV Anugrah Utama Raharja (AURA). Bandar Lampung

- Ismanto, A., & Julianda, T. (2018). Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar Di Pasar Tradisional Kota Samarinda: Analysis Of Attitude And Customer Satisfaction On Attributes Of Fresh Chicken Carcass In Traditional Market City Samarinda. *Jurnal Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis (Journal of Tropical Animal and Veterinary Science)*, 8(2), 69-82. <https://journal.fapetunipa.ac.id/index.php/JIPVET/article/view/34>. Diakses 22 Mei 2023
- Karim, M. 2019. Segmentasi Pasar Konsumen Keripik Pisang Hijrah. *Skripsi*. Universitas Medan Area. Medan.
- Jannah, D. R. 2022. Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam Broiler Segar Dan Beku Di Kecamatan Tenggarong. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 5(1), 28-35. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/ptk/article/view/7422>. Diakses 14 Oktober 2022.
- Kementrian Pertanian. 2021. *Buletin Konsumsi Pangan Tahun 2021*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Jakarta Selatan.
- 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. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/ptk/article/view/2443>. Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT Prehallindo. Jakarta.
- Lapase, O. A. 2016. Kualitas Fisik (Daya Ikat Air, Susut Masak, Dan Keempukan) Daging Paha Ayam Sentul Akibat Lama Perebusan. *Students e-Journal*, 5(4). <http://journal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/10205>. Diakses pada 08 Oktober 2022.
- Masithoh, S., & Atmakusuma, J. 2002. Analisis Preferensi Dan Pola Konsumsi Daging Kerbau Pada Konsumen Rumah Tangga Di Kabupaten Pandeglang. *Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan* 1(1),1—8. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/30125>. Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Muana, N. 2005. *Makro Ekonomi Edisi 2*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Munandar, J. M., Udin, F., dan Amelia, M. 2012. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. IPB Vol. 13. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/4537>. Diakses pada 14 Oktober 2022.



- Muthalib, A., Sohrah, S., Rusman, R. F. Y., & Ahmad, A. 2021. Preferensi Konsumen Berdasarkan Kualitas dan Berat Karkas Ayam Beku di Showroom MBC. *Agribusiness Development Journal*, 1(02), 53-57. <https://jurnal-umsi.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/300>. Diakses pada 08 Oktober 2022.
- Mowen, J.C. 1993. *Consumer Behaviour. Edisi Ketiga*. Terjemahan. Erlangga, Jakarta
- Norarifin, T., Anjardiani, L., & Mariani, M. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Permintaan Daging Ayam Broiler Di Kota Banjarbaru (Studi Kasus Pasar Bauntung dan Pasar Ulin Raya). *Frontier Agribisnis*, 3(2). <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag/article/view/785> Diakses pada 20 Mei 2023
- Paramitha, A. R. A. 2012. Studi Kualitas Minyak Makanan Gorengan Pada Penggunaan Minyak Goreng Berulang. *Skripsi. Jurusan Teknologi Pertanian*. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Parulian, J., Lestari, D. A. H., & Adawiyah, R. 2014. Pola Konsumsi Daging Sapi Oleh Rumah Tangga Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2(4), 364-371. <https://jurnal.f.p.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/991>. Diakses pada 08 Oktober 2022.
- Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan Kota Bandar Lampung. 2017. Profil Kota Bandar Lampung. <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/n/kota-otonom/52>. Diakses pada 29 November 2022
- Rahayu, E. T., Dewanti, R., & Long, M. A. 2018. Faktor–Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pemilihan Daging Ayam Broiler Sebagai Konsumsi Rumah Tangga di Surakarta (Studi Kasus di Kelurahan Tegalarjo Kecamatan Jebres). *Sains Peternakan: Jurnal Penelitian Ilmu Peternakan*, 16(1), 12-18. <https://jurnal.uns.ac.id/Sains-Peternakan/article/view/Rahayu%20et%20al%202018>. Diakses pada 21 Mei 2023
- Rahmawati, A. N., Sayekti, W. D., & Adawiyah, R. 2018. Pengambilan Keputusan Dalam Pemilihan Pangan Lokal Olahan Dan Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 6(2). <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/2785>. Diakses 25 Juni 2023
- Rizal, A. 2020. *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. CV. Budi Utama. Yogyakarta.

- Sayekti, W. D., Adawiyah, R., Indriani, Y., Tantriadisti, S., & Syafani, T. S. 2021. Pola Pikir Makan dan Preferensi Mahasiswa terhadap Makanan dan Minuman Jadi: Studi Kasus di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid19. *Journal of Agri-food, Nutrition and Public Health*, 2(2): 65-77. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/39066>. Diakses pada 08 Oktober 2022
- Schiffman, Leon, G., and Kanuk, L. 1994. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks. Jakarta.
- Setyadi, A. F., Dolorosa, E., & Aritonang, M. 2022. Preferensi Konsumsi Daging Sapi oleh Masyarakat Tionghoa di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), 293-303. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/945>. Diakses pada 15 Oktober 2022
- Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Simarmata, L., Osak, R. E., Endoh, E. K., & Oroh, F. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). *Zootec*, 39(2), 194-202. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/zootek/article/view/24427> Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Singarimbun, M dan Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. PT. Pustaka LP3ES . Jakarta
- Sirajuddin, Mustamin, Nadimin, dan Rauf, S. 2015. *Survei Konsumsi Pangan: Buku Kedokteran*. EGC. Jakarta.
- Siregar, E. 2009. *Gambaran Pengetahuan Gizi, Pola Konsumsi Pangan dan Status Gizi pada Supir Angkot Rahayu Medan Ceria Trayek 104 di Kota Medan Tahun 2008*. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta. Bandung.

- Susilowati, U. 2001. Analisis Perilaku Konsumen di Kota Bogor terhadap Teh Botol Sosro. *Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.*
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* PT Remaja ROSDA Karya. Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3.* CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yulfirah, Y., Amrullah, A., Tenriawaru, A. N. 2018. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar (Cunsomer Behavior on PurchasingRice in Makassar City), *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2): 5-120. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep/article/view/3695>. Diakses 25 Juni 2023
- Yusnaini, Y., Soeparno, S., Suryanto, E., & Armunanto, R. 2012. Physical, Chemical And Sensory Properties Of Kenari (Canariun Indicum L.) Shell Liquid Smoke-Immersed-Beef On Different Level Of Dilution. *Journal of the Indonesian Tropical Animal Agriculture*, 37(1), 27-33. <https://core.ac.uk/download/pdf/230427192.pdf>. Diakses pada 20 Mei 2023
- Widiastuti, I., Amir, I. T., & Yuliati, N. 2022. Analisis kesediaan Membayar Konsumen Terhadap Daging Sapi di Kabupaten Tuban. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1464-1473. <https://mail.e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/2251> Diakses pada 21 Mei 2023
- Winda, A. 2016. Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Dan Pendapatan Kelompok Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran. *Students e-Journal*, 5(2). <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/8494>. Diakses 15 Oktober 2022
- Williams, T. G. 2002. Pengaruh Kelas Sosial Pada Kriteria Evaluasi Pembelian, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19, No 3; pp. 249 – 276. <https://doi.org/10.1108/07363760210426067>. . Diakses 15 Januari 2023
- Wulandari, D. (2019). Analisis Konsumsi Rumah Tangga Penderes di Desa Binangun Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga. *Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman.* <https://repository.unsoed.ac.id/3261/>. Diakses 21 Mei 2023