

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Persepsi Konsumen Terhadap Daging Ayam Broiler Dan Ayam Kampung

Persepsi konsumen terhadap daging ayam broiler dan ayam kampung menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan skala likert, di dalamnya terdapat pengetahuan dan penilaian seseorang terhadap daging ayam yang dibeli dan dikonsumsi. Pandangan tersebut memiliki perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. Persepsi konsumen terhadap ayam broiler dan ayam kampung di pasar desa (pon) dapat diketahui dari konsumen yang menjawab indikator pertanyaan tentang persepsi konsumen yang diteliti. Adapun indikator dari persepsi konsumen yang diteliti yaitu pengetahuan terhadap daging ayam broiler dan ayam kampung, penilaian (Kandungan, nilai gizi, manfaat, harga, kemudahan memperoleh produk, ketersediaan bahan baku, dan kedekatan lokasi). Banyaknya responden yang menjawab indikator dari persepsi konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.1 Persepsi Konsumen Terhadap Ayam Broiler

Indikator	Jawaban Responden	
	Mengetahui / Tidak Mengetahui	
Pengetahuan terhadap ayam broiler -(Konsumen mengetahui atau tidak)	23 responden mengetahui 7 responden tidak mengetahui Rata-rata: 76,6%(baik)	
Penilaian terhadap ayam Broiler	Konsumen yang mengetahui	Presentase %
-Kandungan ayam broiler	2	6,6 %
-Nilai gizi	1	0,3 %
-Manfaat	3	10 %
-Harga	23	100 %
-Kemudahan Memperoleh Produk	15	50 %
-Ketersediaan Bahan Baku	10	33,3 %
-Kedekatan Lokasi	23	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa dari 23 konsumen, 2 konsumen mengetahui kandungan ayam broiler yaitu Ibu Umi Kultsum dan ibu Enik Fajaroh, 1 konsumen mengetahui nilai gizi ayam broiler yaitu ibu Umi Kultsum, 3 konsumen mengetahui manfaat ayam broiler yaitu ibu Herawati, Ibu Anisa dan ibu Muhabibah, 23 konsumen mengetahui harga ayam broiler, 15 konsumen mengetahui kemudahan memperoleh produk (ayam broiler) yaitu siska, sela, samsuni, anisa, enik fajaroh, herawati, muriani, umi kultsum, muhabibah, sinta, suhardia, yayuk, ratih, mualifa, pujiasih, 10 konsumen mengetahui ketersediaan bahan baku (ayam broiler) yaitu umi kultsum, anisa, muhabibah, enik fajaroh, herawati, munawaroh, sela, siska, yayuk, muriani, dan 23 konsumen mengetahui kedekatan lokasi membeli ayam broiler.

Menurut ibu Dwi seorang bidan yang ada di Desa Butungan mengatakan bahwa *“Konsumen yang mengetahui ayam broiler rata-rata karena selektif dalam memilih makanan dan sudah mengetahui khasiat dari ayam broiler yang mempunyai protein tinggi, harga yang terjangkau dan mudah didapatkan di pasaran”*. Menurut ibu Fifit seorang bendahara di Pasar Desa Pon mengatakan bahwa *“konsumen yang mengetahui daging ayam broiler cenderung mempunyai pendidikan yang tinggi, pengetahuan yang luas dan cermat dalam membeli sesuatu”*. Kemudian menurut Suryani 2017, mengatakan bahwa *“konsumen yang tidak mengetahui ayam broiler rata-rata mempunyai latar belakang pendidikan rendah, lansia dan hanya dorongan dari anggota keluarga”*.

Menurut Umi Kultsum, berusia 46 tahun seorang ibu rumah tangga yang berasal dari Desa Pengangsalan berpendidikan S1 telah dilakukan wawancara pada hari Minggu pukul 8.30 WIB, 15 Agustus 2021, *“Bagaimana pendapat ibu tentang ayam broiler?”* kemudian bu Umi Kultsum menjawab: *“Menurut saya ayam broiler*

mempunyai gizi yang lengkap di dalamnya ada banyak protein, kalori, vitamin dll, saya banyak baca itu di internet kebetulan anak saya suka banget sama ayam, makanya saya tiap minggu beli disini, harganya menurut saya masih lebih murah dibandingin ayam kampung ayam broiler disini 34 ribu kalo ayam kampung masih 100 ribuan, di pasar desa pon ini banyak yang jual broiler, tiap minggu stoknya menurut saya selalu banyak, jarak pasar dengan rumah saya deket banget biasanya juga jalan kaki, biasanya diantar suami”. Pendapat ibu Umi Kultsum, 46 tahun tersebut menjelaskan bahwa beliau mengetahui gizi dari ayam broiler dan anak beliau menyukai ayam broiler, harga broiler yang murah, di pasar desa pon banyak yang menjual ayam broiler, setiap minggu stok ayam yang selalu ada dan jarak pasar yang dekat bisa ditempuh dengan jalan kaki.

Pendapat konsumen lainnya dari ibu Herawati, 60 tahun seorang penjual sembako yang berasal dari Desa Dibee berpendidikan SMA jurusan IPA yang diwawancarai pada hari Minggu pukul 10.00 WIB, 15 Agustus 2021, mengatakan bahwa *“Ayam Broiler itu dagingnya lebih banyak daripada ayam kampung, vitaminnya juga banyak ayam ini khasiatnya menurut saya meningkatkan imun apalagi pandemic gini, walaupun banyak yang bilang broiler banyak penyakitnya, tapi tetap suka kok, harganya juga lebih ekonomis dari kampung, saya mudah kok menjumpai broiler di pasar desa pon ini, stoknya menurut saya banyak banget tapi kalo agak siangan dikit ya kehabisan, untuk jarak pasar dengan rumah saya ya deket tapi saya pakai motor ini tadi”.* ibu Herawati yang berpendapat bahwa daging ayam broiler mempunyai kandungan vitamin, walaupun banyak kabar bahwa ayam broiler banyak kandungan penyakit, tetapi bu Herawati tetap menyukai ayam broiler, harga ayam broiler lebih murah dibandingkan ayam kampung, beliau mudah menjumpai ayam broiler di pasar desa pon, stok ayam broiler banyak tetapi kalau

berangkat kesiangan akan kehabisan stok ayam, jarak pasar dengan rumahnya dekat dan ditempuh dengan naik sepeda motor.

Pendapat lainnya dari ibu Anisa, 49 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SMP yang berprofesi sebagai petani diwawancarai pada hari Minggu 11.00 WIB, 15 Agustus 2021, mengatakan bahwa *“Kalo menurut saya ayam broiler punya banyak khasiat terutama saat pandemi gini ngilangin stress soalnya kan di rumah terus, keluarga saya mengutamakan makan makanan yang sehat dan bergizi, Alhamdulillah rutin setiap minggu mengonsumsi broiler, menurut saya harga dari ayam broiler murah sama dengan harga ikan laut lainnya, banyak banget di pasar ini yang jual ayam broiler tapi saya ya beli di langganan saya, tiap pasar desa pon buka stoknya banyak banget, jarak dari rumah ke pasar ya dekat banget”* bu Anisa menjelaskan bahwa ayam broiler mempunyai banyak khasiat, beliau menjaga kondisi tubuh dengan mengonsumsi makanan sehat, menurut ibu Anisa harga ayam broiler sama dengan harga ikan laut lainnya atau murah, banyak penjual yang menjual ayam broiler di pasar desa pon, stok ayam broiler di pasar desa pon banyak dan jarak dari rumah ke pasar desa pon dekat. Pendapat konsumen yang terakhir yaitu dari ibu Muriani, 60 tahun lulusan SD yang bekerja sebagai penjual sayuran di Desa Butungan dilakukan wawancara pada hari Minggu pukul 11.30 WIB, 15 Agustus 2021, mengatakan bahwa *“Broiler dagingnya lebih besar daripada ayam kampung, murah juga harganya, cukup buat anggota keluarga saya 5 orang, kalo beli ayam broiler saya biasa masak soto ayam lamongan, kesukaan anak saya yang kedua, harga broiler murah, stoknya juga banyak banget broiler di pasar desa pon ini, lokasi pasar dekat biasanya saya diantar suami sekalian belanja buat kulakan”* bu Muriani berpendapat bahwa ayam broiler dagingnya lebih besar daripada ayam kampung cukup untuk anggota keluarganya 5 orang dan biasa memasak ayam

broiler untuk lauk soto ayam lamongan, harga ayam broiler yang murah, stoknya yang banyak dan jarak lokasi pasar yang dekat.

Sedangkan pendapat dari penjual ayam broiler yang bernama ibu Sukana, 55 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SMA yang berprofesi sebagai penjual ayam broiler di pasar desa Pon, telah dilakukan wawancara pada hari Minggu, pukul 7.30 WIB 15 Agustus 2021. Mengatakan bahwa *“Saya jualan ayam broiler ini masih banyak yang beli walaupun pandemi, stok saya waktu pandemi saya kurangi, biasanya 50 an potong ayam sekarang 30 an potong ayam, dagingnya empuk ya lebih murah dari ayam kampung ibu ibu lebih suka ayam ini, harga ayam broiler 1 kg 35 ribu rupiah, penjual ayam broiler di bagian barat pasar desa pon ini ada 10 termasuk saya, jarak dari rumah ke pasar ya dekat banget”*, ibu Sukana penjual ayam broiler di pasar desa Pon berpendapat, bahwasanya stok penjualan ayam broiler dikurangi menjadi 30 potong ayam dikarenakan pandemi, daging ayam yang empuk dan harganya yang murah membuat ayam broiler menjadi sasaran untuk kalangan ibu rumah tangga, harga ayam broiler 35 ribu per kg, penjual di pasar desa pon ada 10 orang, jarak dari rumah ke pasar juga dekat.

Data tersebut didukung dengan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.2 Tingkat Pendidikan Konsumen Ayam Broiler

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Konsumen Ayam Broiler	Persentase (%)
1.	SD	11	36,6 %
2.	SMP	13	43,3 %
3.	SMA/Sederajat	4	13,3 %
4.	Sarjana	2	6,6 %
	Total	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Pengetahuan dan penilaian konsumen terhadap ayam broiler didukung dengan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan, Pendidikan sangat mempengaruhi responden dalam mengetahui dan menilai ayam broiler. Konsumen yang berpendidikan Sarjana cenderung mengetahui lebih detail kandungan-kandungan yang ada di dalam ayam broiler, Konsumen yang berpendidikan SMA mengetahui gizi yang ada di dalam ayam broiler, Konsumen yang berpendidikan SMP mengetahui khasiat yang ada di dalam ayam broiler dan Konsumen yang berpendidikan SD mengetahui ciri-ciri fisik dan harga dari ayam broiler.

Maka dari hasil wawancara terhadap beberapa konsumen ayam broiler didapatkan data konsumen mengetahui ayam broiler yaitu 23 orang mengetahui ayam broiler dan 7 orang tidak mengetahui ayam broiler. Kesimpulan dari persepsi konsumen terhadap ayam broiler adalah :

1. Kandungan : daging ayam broiler di dalamnya terdapat air, lemak, karbohidrat.
2. Gizi : Ayam broiler mempunyai gizi yang lengkap, di dalamnya terdapat vitamin, kalori dan protein yang bermanfaat bagi tubuh di waktu pandemi.
3. Manfaat : Daging ayam broiler bermanfaat untuk meningkatkan sistem imun tubuh, sumber protein, menghilangkan stress, dll
4. Harga : daging ayam broiler lebih murah daripada ayam kampung, yaitu Rp. 34.000.
5. Kemudahan Memperoleh Produk : Daging ayam broiler mudah dijumpai oleh konsumen di pasar desa pon, di pasar desa pon terdapat 10 penjual daging ayam broiler yang terletak di bagian barat pasar desa pon.
6. Ketersediaan Bahan Baku : Setiap pasar desa pon buka, ketersediaan daging ayam broiler selalu ada, konsumen untuk mendapatkan daging ayam broiler

harus datang lebih pagi karena rata rata penjual menyediakan stok 50 potong daging ayam broiler.

7. Kedekatan Lokasi : Jarak lokasi pasar desa pon dengan rumah konsumen dekat, dapat ditempuh dengan jalan kaki, sepeda dan sepeda motor dikarenakan konsumen daging ayam broiler berasal dari desa Butungan dan sekitarnya.

Tabel 5.3 Persepsi Konsumen Terhadap Ayam Kampung

Indikator	Jawaban Responden	
	Mengetahui / Tidak Mengetahui	
Pengetahuan terhadap ayam kampung -(Konsumen mengetahui atau tidak)	30 responden mengetahui Rata-rata: 100%(Sangat baik)	
Penilaian terhadap ayam kampung	Konsumen yang Mengetahui	Presentase %
-Kandungan ayam kampung	2	6,6 %
-Nilai gizi	2	6,6 %
-Manfaat	4	13,3 %
-Harga	30	100 %
-Kemudahan Memperoleh Produk	21	70 %
-Ketersediaan Bahan Baku	23	76,6 %
-Kedekatan Lokasi	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Dari data tabel tersebut, Pengetahuan konsumen terhadap ayam kampung dari 30 konsumen yang menjawab mengetahui 30 konsumen. Dari tabel di atas menjelaskan bahwa, dari 30 konsumen ayam kampung, 2 konsumen mengetahui kandungan ayam kampung yaitu, ibu Sumaroh dan ibu Jumartin, 2 konsumen mengetahui nilai gizi ayam kampung yaitu ibu Jumartin dan ibu Sumaroh, 4 konsumen mengetahui mengetahui manfaat ayam kampung yaitu ibu Jumartin, ibu Sumaroh, ibu Supiati dan ibu Ana, 30 konsumen mengetahui harga dari ayam kampung, 21 konsumen mengetahui kemudahan memperoleh produk (ayam kampung) yaitu : ibu Ana, Ibu Jumartin, Ibu Supiati, Sumaroh, hidayah, marfuah,

retno, iramawati, yati, yanti, astuti, nur janah, nur saidah, lesty, asmani, Sampuni, Listyawati, kiki, Erni, Nita, Karwati. 23 konsumen mengetahui ketersediaan bahan baku (ayam kampung) yaitu : Ana, Jumartin, Supiati, Sumaroh, Hidayah, Listyawati, Astuti, Erni, Hartatik, Nur Saidah, Retno, Iramawati, Marfuah, Asmani, Alfiani, Yanti, Lesty, Kiki, Sampuni, Nur Jannah, Yati, Hidayah, Marfuah. Dan 30 konsumen mengetahui kedekatan lokasi membeli ayam kampung.

Menurut bapak Ridwan seorang sekretaris yang ada di Pasar Desa Pon mengatakan bahwa *“Konsumen yang mengetahui ayam kampung rata-rata karena mempunyai pendidikan yang tinggi, memelihara ayam kampung, terbiasa mengonsumsi ayam kampung dan mengetahui harga ayam kampung”* . Kemudian menurut Ilham (2017) mengatakan bahwa *“Konsumen yang tidak mengetahui ayam kampung mempunyai latar belakang pendidikan yang rendah, jarang mengonsumsi ayam kampung dan mempunyai status sosial yang rendah”*.

Pada pukul 8.00 WIB Hari Jumat, 20 Agustus 2021 telah dilakukan wawancara terhadap Bu Ana, 51 tahun berasal dari Desa Ngiprak berpendidikan SD, berprofesi sebagai petani *“Bagaimana pengetahuan ibu tentang ayam kampung?”* bu Ana mengatakan bahwa *“Menurut saya ayam kampung memiliki daging yang enak, lebih menyehatkan karena pakannya dedak dan pakan alami lainnya, harga ayam kampung rata-rata sih per ekornya 100 ribu lebih mahal dari ayam broiler tapi keluarga saya sangat suka, ayam kampung di pasar desa pon banyak yang jual tapi ya harus milih-milih nawarnya juga harus pintar-pintar, jarak dari pasar desa pon dengan rumah saya dekat banget saya biasanya jalan kaki”* Dari pendapat bu Ana menunjukkan bahwa ayam kampung memiliki daging yang enak dan sehat karena pakan ayam kampung yang alami, harga ayam kampung lebih mahal daripada ayam broiler tetapi keluarga bu Ana lebih menyukai ayam kampung, di pasar desa pon

banyak yang menjual ayam kampung tetapi harus memilih dan menawar harganya, jarak lokasi pasar dengan rumahnya dekat dan ditempuh dengan jalan kaki.

Pada pukul 09.00 WIB hari Jumat, 20 Agustus 2021 dilakukan wawancara kepada ibu Supiati, 55 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SMP yang berprofesi sebagai penjual lontong sayur berpendapat bahwa *“Walaupun harganya mahal, Saya dan keluarga tetap suka dengan ayam kampung karena gizinya dan saya juga memelihara ayam kampung di rumah, saya ternak dan saya ambil telurnya, disini banyak jual ayam kampung, stok ayam kampungnya banyak banget menurut saya setiap penjual menjual ayam kampung kondisi hidup 50 an ekor, sedangkan lokasi rumah saya dengan pasar ya dekat banget”* bu Supiati yang mengatakan bahwa walaupun harga dari ayam kampung mahal, beliau tetap membeli dan mengonsumsi karena gizinya dan beliau juga memelihara ayam kampung di rumah, di pasar desa pon banyak yang menjual ayam kampung, stok ayam kampung banyak sekitar 50 ekor per penjual dan lokasi dari rumah menuju pasar desa pon dekat.

Pendapat lainnya dari ibu Jumartin, 49 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SMA yang berprofesi sebagai petani berpendapat bahwa *“Menurut saya ayam kampung memiliki kandungan protein yang tinggi, Saya selama ini memilih ayam kampung daripada ayam broiler karena broiler mengonsumsi obat-obatan kimia, harga ayam kampung mahal sih tapi saya dan keluarga gak doyan ayam broiler, anak saya sekarang masih usia remaja saya pengen memberikan makanan bergizi untuk mengoptimalkan fungsi otaknya dan membentuk masa otot juga, di pasar desa pon penjual ayam kampung banyak banget, stok ayam kampung juga banyak setiap bukanya pasar desa pon, jarak pasar desa pon dengan rumah saya dekat, saya biasanya naik sepeda onthel”* ibu

Jumartin, 49 tahun berpendapat bahwa ayam kampung mempunyai protein yang tinggi, lebih memilih mengonsumsi ayam kampung daripada ayam broiler karena ayam kampung lebih menyehatkan, harga ayam kampung lebih mahal daripada ayam broiler, penjual ayam kampung di pasar desa pon banyak, stok ayam kampung di pasar desa pon juga banyak, dan jarak pasar desa pon dengan rumahnya dekat ditempuh dengan naik sepeda onthel.

Kemudian pendapat dari ibu Sumaroh, 50 tahun berasal dari Desa Ngiprak berpendidikan S1 Sarjana Ekonomi, berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil di Kecamatan Kalitengah telah dilakukan wawancara pada pukul 10.00 WIB berpendapat bahwa *“Menurut saya ayam kampung mengandung banyak protein, zat besi, vitamin yang baik buat tubuh, saya menyarankan masyarakat lebih mengutamakan buat mengonsumsi ayam kampung di masa pandemi gini terutama yang punya penyakit jantung, sudah banyak kok inovasi masakan masakan ayam kampung yang enak biar memotivasi masyarakat buat istiqomah mengonsumsi ayam ini, harga ayam kampung menurut saya masih bisa saya standart, Penjual ayam kampung di pasar ini banyak banget, stoknya tiap kali pasar buka juga banyak sedangkan lokasi pasar dengan rumah saya sangat dekat”* ibu Sumaroh, 50 tahun berpendapat bahwa ayam kampung mempunyai banyak kandungan gizi yang baik untuk tubuh dan menyarankan masyarakat untuk mengonsumsi ayam kampung di masa pandemi, harga ayam kampung menurut ibu Sumaroh masih standart, penjual ayam kampung di pasar desa pon banyak, stoknya juga, kedekatan lokasi pasar dengan rumahnya sangat dekat. Sedangkan pendapat dari penjual ayam kampung yang bernama bapak Amri, 60 tahun berasal dari Desa Karanggeneng berpendidikan SD mempunyai anggota keluarga 4 orang, menyatakan bahwasanya *“Saya jual ayam kampung sudah 15 tahun di pasar desa pon ini, Ayam kampung*

tetap eksis dan gak kalah sama ayam broiler, Menurut saya ayam kampung punya banyak khasiatnya karena proteinnya, gizinya, rasanya dan telurnya bermanfaat, ya memang sih kalau harga lebih mahal tapi menurut saya kualitasnya jauh di atas ayam broiler, penjual ayam kampung di pasar desa pon ada 10 orang termasuk saya, stok yang saya bawa waktu jualan biasanya ya 50 ekor an, jarak dari pasar desa pon dengan rumah ya lumayan dekat, saya ini pakai motor” bapak Amri salah satu penjual ayam kampung di pasar desa pon. Dari pernyataan bapak Amri tersebut menyatakan bahwa, Ayam Kampung tetap eksis, memiliki banyak manfaat karena protein, gizi, rasa dan telurnya juga bermanfaat bagi kesehatan.

Data tersebut didukung dengan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.4 Tingkat Pendidikan Konsumen Ayam Kampung

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Konsumen Ayam Kampung	Presentase (%)
1.	SD	7	23,3 %
2.	SMP	11	36,6 %
3.	SMA/Sederajat	11	36,6 %
4.	S1	1	3,3 %
	Total	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Pengetahuan dan penilaian konsumen terhadap ayam kampung didukung dengan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan, Pendidikan sangat mempengaruhi responden dalam mengetahui dan menilai ayam kampung.

Konsumen yang berpendidikan Sarjana cenderung mengetahui lebih detail kandungan-kandungan yang ada di dalam ayam kampung, Konsumen yang berpendidikan SMA mengetahui gizi yang ada di dalam ayam kampung, Konsumen yang berpendidikan SMP mengetahui khasiat yang ada di dalam ayam kampung dan Konsumen yang berpendidikan SD mengetahui ciri-ciri fisik dan harga dari ayam kampung.

Maka dari hasil beberapa wawancara terhadap beberapa konsumen ayam kampung didapatkan data konsumen mengetahui terhadap ayam kampung sebesar 30 konsumen mengetahui ayam kampung.

Kesimpulan persepsi konsumen terhadap ayam kampung adalah

1. Kandungan : daging ayam kampung di dalamnya terdapat protein, vitamin dan zat besi yang baik untuk tubuh
2. Manfaat : ayam kampung yaitu untuk menurunkan resiko penyakit jantung, mengoptimalkan fungsi otak dan membangun masa otot,
3. Harga : ayam kampung lebih tinggi dari pada ayam broiler, Ayam kampung di pasar desa pon dijual dalam keadaan masih hidup per ekornya rata-rata harganya Rp.100.000,
4. Kemudahan Memperoleh Produk : Ayam Kampung mudah dijumpai oleh konsumen di bagian barat pasar desa pon, Penjual ayam kampung di pasar desa pon ada 10 penjual dan per penjual menjual 50 ekor ayam kampung,
5. Ketersediaan Bahan Baku : Setiap pasar desa pon buka, penjual ayam ayam kampung rata-rata membawa 50 ekor ayam kampung.
6. Kedekatan Lokasi : Jarak lokasi pasar desa pon dengan rumah konsumen dekat, ditempuh dengan jalan kaki, sepeda onthel dan sepeda motor, dikarenakan konsumen ayam kampung berasal dari Desa Butungan dan sekitarnya.

5.2 Alasan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler dan Ayam Kampung

Alasan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung di pasar desa (pon) tentunya berbeda-beda. Indikator alasan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi di penelitian ini diantaranya karena Aspek sosial = Kebiasaan mengonsumsi, Kenyamanan Bertransaksi, Aspek Ekonomi = Harga, Cara Mengolah Aspek Psikologi = Nyaman Mengonsumsi, Rasa. Banyaknya responden yang menjawab indikator dari alasan konsumen membeli dan mengonsumsi menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.5 Alasan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler

Indikator	Total Konsumen Sangat Setuju / Setuju	Presentase %
Aspek Sosial :		
-Kebiasaan Mengonsumsi	4 = Sangat Setuju 17 = Setuju Total 4x5 = 20 17x4 = 68 = 88	58,6%
-Kenyamanan Bertransaksi	10 = Sangat Setuju 19 = Setuju Total 10x5 = 50 19x4 = 76 = 126	84%
		Presentase Aspek Sosial : 71,3 % (Baik)
Aspek Ekonomi :		
-Harga	20 = Sangat Setuju 10 = Setuju Total 20x5 = 100 10x4 = 40 = 140	93,3%
-Cara Mengolah	17 = Sangat Setuju	91,3%

	13 = Setuju Total $17 \times 5 = 85$ $13 \times 4 = 52 = 137$	Presentase Aspek Ekonomi : 92,3 % (Sangat Baik)
Aspek Psikologi : -Nyaman Mengonsumsi	4 = Sangat Setuju 20 = Setuju Total $4 \times 5 = 20$ $20 \times 4 = 80 = 100$	66,6%
-Rasa	5 = Sangat Setuju 25 = Setuju Total $5 \times 5 = 25$ $25 \times 4 = 100 = 125$	83,3% Presentase Aspek Psikologi : 75% (Baik) Total Rata-rata skor dari 3 aspek : 79,5% (Baik)

(Sumber : Data Lapangan)

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa, Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan (Aspek sosial, 71,3% = baik) terbiasa mengonsumsi daging ayam broiler dengan presentase 58,6%(netral), Alasan konsumen biasa mengonsumsi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Muhabibah, 50 tahun berasal dari Desa Butungan yang berpendidikan SMA yang berprofesi sebagai penjual sembako berpenghasilan 1 – 2 juta dalam 1 bulan dilakukan wawancara pada hari Senin jam 07.30 WIB, 30 Agustus 2021 yang mengatakan bahwa *“Saya sudah biasa mengonsumsi ayam broiler ini dan tiap pasar desa pon buka pasti saya membeli ayam broiler, anak saya yang nomor 1 suka sekali soto ayam begitu juga bapaknya, Saya dari awal awal pandemi menerapkan gaya hidup sehat, suami saya menekankan itu kepada saya dan saya berharap terlindung dari covid-19 ini lewat ikhtiar makan makanan sehat”* bu Muhabibah yang mengatakan bahwa sudah terbiasa membeli dan mengonsumsi ayam broiler, setiap pasar desa (Pon) buka, beliau dan keluarga menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi ayam broiler dengan rutin.

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan nyaman dalam bertransaksi dengan presentase 84%(Sangat baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara terhadap ibu Sumiatun berumur 60 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SD dan berprofesi sebagai petani telah dilakukan wawancara pada Hari Senin, 30 Agustus 2021 pukul 08.00 WIB mengatakan bahwa *“Saya sama penjualnya sudah kenal sejak lama, banyak banget yang beli disini penjualnya ramah baik juga, penjualnya juga saya anggap saudara saya beliau sering ke rumah saya silaturahmi. Pembeli lainnya banyak beli disini soalnya bisa tawar menawar dan biasanya juga dapat bonus kalau beli banyak”* Dari pernyataan tersebut bahwa membeli ayam broiler di pasar desa (Pon) bisa tawar menawar dan mendapatkan bonus tambahan daging apabila membeli dalam jumlah banyak.

Alasan konsumen lainnya dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler yaitu karena (Aspek Ekonomi,92,3 = Sangat Baik) harga dengan presentase 93,3% (Sangat baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Suhardia, 45 tahun berasal dari Desa Ngiprak berpendidikan SMP dan berprofesi sebagai guru SD telah dilakukan wawancara pada Hari Senin, 30 Agustus 2021 pukul 08.30 WIB yang mengatakan bahwa *“Saya beli ayam broiler ini karena harganya murah dibanding kampung, Harga broiler 1 kg masih 30 ribuan dapat banyak, Sedangkan ayam kampung 80 ribuan. Ayam kampung harga segitu dapat dagingnya ya sedikit.”* bu Suhardia, yang menunjukkan bahwa harga ayam broiler lebih murah daripada ayam kampung, harga 1 kg ayam broiler yaitu 30 ribu sedangkan ayam kampung seharga 80 ribu an yang dapat daging yang sedikit.

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan cara mengolah dengan presentase 91,3%(Sangat baik) diperkuat dengan hasil wawancara kepada Sela, umur 39 tahun berpendidikan S1 Sarjana Ekonomi, yang

berprofesi sebagai Penjual sembako, dilakukan wawancara pada Hari Senin, 30 Agustus 2021 pukul 09.00 WIB beliau mengatakan bahwa *“Saya beli ayam broiler biasanya saya goreng dan ayam kecap, masakan itu kesukaan anak saya yang kecil mudah dibuat dan gak butuhin bumbu banyak buat masak, intinya ya kalo beli ayam itu lebih menghemat biaya, simple dan bisa diolah jadi aneka masakan”* bu Sela mengatakan bahwa membeli dan mengonsumsi ayam broiler karena cara olahan yang mudah yaitu dengan digoreng dan dijadikan ayam kecap kesukaan anak beliau. Konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler juga dikarenakan rasa dengan skor 125 atau 83,3%(Sangat baik).

Dari (Aspek psikologi, 75% = Baik) alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan nyaman mengonsumsi daging ayam broiler yang diberi skor 118 atau 78,6% (baik) diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Samsuni, umur 56 tahun berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan berpendidikan SD dilakukan wawancara pada Hari Senin, 30 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB. Bu Samsuni mengatakan bahwa *“Alasan saya beli disini ya karena nyaman mengonsumsi ayam broiler, saya kalo lihat ayam kampung yang masih hidup, kebiasaannya di tempat tempat kotor dan makanannya juga pasti kotor, beda lagi kalo broiler yang biasanya dikandang dan pakannya rutin dan terjamin, menurut saya lebih bersih dan menyehatkan”* Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ibu Samsuni mengonsumsi ayam broiler dengan alasan nyaman mengonsumsi karena gaya hidup ayam broiler yang lebih sehat dibandingkan ayam kampung yang gaya hidupnya di tempat kotor. Alasan konsumen membeli dan mengonsumsi yang terakhir adalah karena rasa diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Yayuk umur 45 tahun berpendidikan SMA dan berprofesi sebagai penjahit dilakukan wawancara pada Hari Senin, 30 Agustus 2021 pukul 11.00 WIB, mengatakan bahwa

“rasa dari ayam broiler memang enak dan punya khas dagingnya empuk tidak alot, Saya dan keluarga sangat menyukai ayam ini, Anak saya yang nomer 1 tidak suka ikan dan lebih suka ayam ini, apalagi kalo dimasak soto” bu Yayuk, yang menyatakan bahwa rasa dari ayam broiler enak dan punya ciri khas, beliau dan keluarganya sangat menyukai daging ayam broiler, anak beliau yang nomor 1 tidak menyukai ikan dan lebih suka ayam yang dimasak soto.

Data tersebut didukung dengan karakteristik responden ayam broiler berdasarkan usia yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.6 Tingkat Usia Konsumen Ayam Broiler

No	Kelompok Usia	Jumlah Konsumen Ayam Broiler	Persentase (%)
1.	31-40 tahun	3	25,5 %
2.	41-50 tahun	8	27,7 %
3.	≥ 51 tahun	19	46,6 %
	Total	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler 19 orang berumur 51 tahun ke atas, umur 41-50 tahun berjumlah 8 responden dan umur 31-40 tahun berjumlah 3 orang. Di usia 51 tahun keatas merupakan usia potensial konsumen ayam broiler di pasar desa pon. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

Aspek Sosial :

1. Kebiasaan Mengonsumsi : Konsumen ayam broiler sudah terbiasa membeli dan mengonsumsi ayam broiler setiap kali pasar desa pon buka, konsumen dan keluarganya menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi daging ayam broiler sejak awal pandemi covid-19.
2. Kenyamanan Bertransaksi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan sudah kenal dengan penjual ayam broiler sejak lama, Konsumen ayam

broiler bisa tawar-menawar dan mendapatkan tambahan daging apabila sudah berlangganan disitu.

Aspek Sosial mempunyai presentase skor 71,3% = Baik

Aspek Ekonomi :

3. Harga : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler, dikarenakan harga ayam broiler lebih murah daripada ayam kampung yaitu 30 ribuan sedangkan ayam kampung masih 80 ribuan.

4. Cara Mengolah : Konsumen dalam mengolah ayam broiler cukup mudah, tidak membutuhkan banyak biaya untuk membeli bumbu masakan dan bisa diolah menjadi aneka masakan.

Aspek Ekonomi mempunyai presentase skor 92,3% = Sangat Baik

Aspek Psikologi :

5. Nyaman Mengonsumsi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan gaya hidup ayam broiler dan pakannya sudah bersih dan menyehatkan dibandingkan dengan ayam kampung yang hidupnya di tempat kotor dan dibiarkan liar.

6. Rasa : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dikarenakan rasa yang enak dan punya ciri khas daging yang empuk dan tidak alot.

Aspek Psikologi mempunyai presentase skor 75% = Baik

- Indikator yang paling tinggi alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler adalah Harga dengan presentase skor 93,3%.
- Indikator yang paling rendah alasan konsumen membeli dan mengonsumsi dengan presentase skor terendah yaitu Kebiasaan Mengonsumsi dengan presentase 58,6%.

Tabel 5.7 Alasan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Kampung

Indikator	Total Konsumen Sangat Setuju / Setuju	Presentase %
Aspek Sosial : -Kebiasaan Mengonsumsi	21 = Sangat Setuju 8 = Setuju Total $21 \times 5 = 105$ $8 \times 4 = 32 = 137$	91,3%
-Kenyamanan Bertransaksi	15 = Sangat Setuju 11 = Setuju Total $15 \times 5 = 75$ $11 \times 4 = 44 = 119$	79,3% Presentase Aspek Sosial : 85,3 % (Sangat Baik)
Aspek Ekonomi : -Harga	15 = Setuju Total $20 \times 4 = 80$ $= 80$	53,3%
-Cara Mengolah	2 = Sangat Setuju 22 = Setuju Total $2 \times 5 = 10$ $22 \times 4 = 88 = 98$	65,3% Presentase Aspek Ekonomi : 59,3 % (Netral)
Aspek Psikologi : -Nyaman Mengonsumsi	18 = Sangat Setuju 5 = Setuju Total $18 \times 5 = 90$ $5 \times 4 = 20 = 110$	73,3%
-Rasa	15 = Sangat Setuju 6 = Setuju Total $15 \times 5 = 75$ $6 \times 4 = 24 = 99$	66% Presentase Aspek Psikologi : 70% (Baik) Total rata-rata skor dari 3 aspek : 71,5% (Baik)

(Sumber : Data Lapangan)

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa, Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan (Aspek Sosial, 85,3 = Sangat Baik) terbiasa mengonsumsi ayam kampung membuat konsumen memberi skor 139 atau 92,6%(Sangat baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu

Asmani, umur 43 tahun asal desa Mertani berpendidikan SMA dan berprofesi sebagai karyawan pabrik Sampoerna di Kabupaten Lamongan dilakukan wawancara pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB, Bu Asmani mengatakan *“Keluarga saya tiap minggu mengonsumsi ayam kampung ini, terutama anak saya yang suka banget sama opor ayam. Kalo mengonsumsi ayam kampung sudah biasa mengonsumsi sejak turun temurun, ibu saya dulu ngasih tau kalau beli ayam ya ayam kampung saja gak ada penyakitnya, maka dari itu saya sudah terbiasa beli ayam kampung”* Bu Asmani mengatakan bahwa setiap minggu mengonsumsi ayam kampung dan anaknya suka menyukai opor ayam, Beliau dan keluarganya sudah terbiasa mengonsumsi ayam kampung sejak dari dulu dikarenakan didikan dari ibunya. Konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam kampung juga dikarenakan nyaman dalam bertransaksi dengan si penjual ayam kampung dengan memberi skor 130 atau 86,6%(sangat baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Hartatik, umur 56 tahun berasal dari Desa Butungan berpendidikan SD dan berprofesi sebagai penjual es dan petani dilakukan wawancara pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021 pukul 09.15 WIB yang menyatakan bahwa *“Saya kenal sama penjualnya udah 10 tahunan jadi apa-apa tinggal pesen lewat hape terus ke pasar tinggal ambil ayamnya, kadang juga saya ke rumah penjualnya buat milih ayamnya, penjualnya nernak ayam banyak”*.

Kemudian alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan (Aspek Ekonomi, 59,3% = Netral) harga dari daging ayam kampung diberi skor 94 atau 62,6%(baik) diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Retno, umur 39 tahun berasal dari Desa Pengangsalan berpendidikan SMP dan berprofesi sebagai penjahit kopyah pada Hari Senin, 30 Agustus 2021, bu Retno mengatakan *“Kalo harga sih masih bisa ditawarkan di pasar desa Pon ini rata – rata*

penjual disini ngejual harganya 100 ribuan tapi harus pintar – pintar ngerayu si penjualnya, Makanya gak ngehalangin saya beli ayam kampung. Ibu saya juga tadi pesan ayam kampung, katanya pengen dimasakan jadi soto". Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan cara mengolah ayam kampung yang dianggapnya mudah diberi skor 115 atau 76,6%(baik) data tersebut diperkuat dengan wawancara kepada Ibu Sumaroh, 50 tahun berasal dari Desa Ngiprak berpendidikan S1 Sarjana Ekonomi, yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil di Kecamatan Kalitengah dilakukan wawancara pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021 pukul 07.00 WIB yang menyatakan bahwa *"Saya tahu banyak cara ngolah ayam, banyak jenis masakan masakan ayam kampung, masak ayam kampung itu mudah ngolahnya dan anak saya yang ketiga suka banget, makanya saya beli ayam kampung ini"*.

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan (Aspek Psikologi, 70% = Baik) Nyaman mengonsumsi dengan memberi skor 120 atau 80%(sangat baik) diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Hidayah, umur 31 tahun berasal dari desa Butungan yang berpendidikan SMA dan berprofesi sebagai Guru Ngaji dilakukan wawancara pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021 pukul 09.00 WIB yang mengatakan bahwa *"Alasan saya beli ayam kampung karena menurut saya ayam kampung lebih sehat dan tahan terhadap penyakit karena pakan dan gaya hidup ayam kampung yang alami dibandingkan ayam broiler yang hidupnya dikandangan dan pakannya berasal dari obat obatan dan bahan kimia berbahaya"*. Rasa dari daging ayam kampung tersebut responden memberi skor total 108 atau 72%(baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Karwati, umur 50 tahun asal Desa Butungan berpendidikan SMA dan berprofesi sebagai petani telah dilakukan wawancara pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021 pukul 08.00

WIB yang mengatakan bahwa *“alasan saya membeli ayam kampung ini karena rasanya enak gurih dan anak saya juga suka ayam kampung, soalnya pakannya alami gak pake obat-obatan”*.

Data tersebut didukung dengan data karakteristik responden ayam kampung berdasarkan usia yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.8 Tingkat Usia Konsumen Ayam Kampung

No	Kelompok Usia	Jumlah Konsumen Ayam Kampung	Persentase (%)
1.	31-40 tahun	10	25,5 %
2.	41-50 tahun	7	27,7 %
3.	≥ 51 tahun	13	46,6 %
	Total	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam kampung 31-40 tahun berjumlah 10 orang, 41-50 tahun berjumlah 7 orang dan 51 tahun keatas berjumlah 13 responden. Di usia 51 tahun keatas merupakan usia potensial konsumen di pasar desa pon.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

Aspek Sosial :

1. Kebiasaan Mengonsumsi : Konsumen ayam kampung sudah terbiasa membeli dan mengonsumsi ayam kampung setiap kali pasar desa pon buka, konsumen dan keluarganya menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi daging ayam kampung sejak dari dahulu secara turun temurun.

2. Kenyamanan Bertransaksi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan sudah kenal dengan penjual ayam kampung sejak lama, Konsumen ayam kampung bisa tawar-menawar dan bisa memilih ayam di kandang si penjual.

Aspek Sosial mempunyai presentase sebesar 85,3% (Sangat Baik)

Aspek Ekonomi :

3. Harga : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung, dikarenakan konsumen dapat tawar menawar dengan si penjual, rata-rata harga ayam kampung di pasar desa pon 100 ribuan.

4. Cara Mengolah : Konsumen dalam mengolah ayam kampung cukup mudah, tidak membutuhkan banyak biaya untuk membeli bumbu masakan dan bisa diolah menjadi aneka masakan.

Aspek Ekonomi mempunyai presentase sebesar 59,3% (Netral)

Aspek Psikologi :

5. Nyaman Mengonsumsi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan gaya hidup ayam kampung dan pakannya yang alami dan menyehatkan dibandingkan dengan ayam broiler yang pakannya dari bahan kimia yang berbahaya.

6. Rasa : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung dikarenakan rasa yang enak dan gurih karena pakannya alami tidak memakai obat-obatan.

Aspek Psikologi mempunyai presentase sebesar 70% (Baik)

-Indikator yang paling tinggi alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung adalah karena Kebiasaan Mengonsumsi dengan presentase skor 91,3%.

-Indikator yang paling rendah alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung adalah karena Harga dengan presentase 53,3%.

Tabel 5.9 Alasan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler dan Kampung

Indikator	Total Konsumen Sangat Setuju / Setuju	Presentase %
Aspek Sosial :		

-Kebiasaan Mengonsumsi	10 = Sangat Setuju 20 = Setuju Total $10 \times 5 = 50$ $20 \times 4 = 80 = 130$	86,6%
-Kenyamanan Bertransaksi	6 = Sangat Setuju 24 = Setuju Total $6 \times 5 = 30$ $24 \times 4 = 96 = 126$	84% Presentase Aspek Sosial : 85,3 % (Sangat Baik)
Aspek Ekonomi :		
-Harga	25 = Setuju Total $25 \times 4 = 100$ $= 100$	66,6%
-Cara Mengolah	10 = Sangat Setuju 19 = Setuju Total $10 \times 5 = 50$ $19 \times 4 = 76 = 126$	84% Presentase Aspek Ekonomi : 75,3 % (Baik)
Aspek Psikologi :		
-Nyaman Mengonsumsi	18 = Sangat Setuju 11 = Setuju Total $18 \times 5 = 90$ $11 \times 4 = 44 = 134$	89,3%
-Rasa	20 = Sangat Setuju 10 = Setuju Total $20 \times 5 = 100$ $10 \times 4 = 40 = 140$	93,3% Presentase Aspek Psikologi : 91,3% (Sangat Baik) Total rata-rata skor dari 3 aspek : 84% (Sangat Baik)

(Sumber: Data Lapangan)

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa, Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung dengan dikarenakan (Aspek Sosial, 85,3% = Sangat Baik) sudah terbiasa membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung dengan total skor 130 atau 86,6%(sangat baik) diperkuat hasil wawancara dengan bu Ida, 39 tahun berpendidikan S1 Sarjana Pendidikan dan berprofesi sebagai guru Bahasa Indonesia di SDN 1 Kalitengah pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 09.30 WIB, bu Ida mengatakan “*Sejak pandemi saya membiasakan untuk mengonsumsi kedua ayam ini, soalnya ayam banyak gizinya,*

Suami saya, anak saya sangat suka sama ayam setiap minggu mengonsumsi ayam ini” bu Ida mengatakan bahwasanya sejak pandemic Covid 19 beliau dan keluarga membiasakan mengonsumsi ayam broiler dan kampung karena gizi dan kesukaan suami dan anaknya. Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung dikarenakan nyaman dalam bertransaksi dengan skor 126 atau 84%(sangat baik) diperkuat hasil wawancara dengan ibu Emi, 49 tahun berpendidikan S1 Sarjana Pendidikan dan berprofesi sebagai guru di SMP dilakukan wawancara pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 09.00 WIB, bu Emi mengatakan bahwasanya *“penjualnya sudah saya percaya sejak lama, nawarnya nggak sulit. Mungkin karena penjualnya ramah makanya banyak orang beli disini, Suami saya suka ayam kampung tapi kalo anak saya yang nomer 1 malah lebih suka broiler jadi biar adil saya beli keduanya”*, Ibu Emi mengatakan bahwa sudah mengenal penjualnya, Suaminya menyukai ayam kampung sedangkan anaknya menyukai ayam broiler, Makanya saya beli keduanya.

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung dikarenakan (Aspek Ekonomi 75,3% = Baik) harga diberi skor 113 atau 75,3%(baik) diperkuat dengan hasil wawancara dengan ibu Musarofah, 53 tahun, berpendidikan SMA dan berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dilakukan wawancara pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 08.00 WIB, bu Musarofah mengatakan *“Memang harganya agak mahal kalo beli dua jenis ayam ini, akhir akhir ini harganya ikan laut malah lebih mahal daripada ayam.”* Ibu Musarofah mengatakan bahwa harga untuk membeli ayam broiler dan kampung agak mahal tetapi beliau lebih memilih untuk membeli broiler dan kampung dikarenakan harga dari ikan laut lebih tinggi. Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung dikarenakan cara mengolah ayam broiler dan ayam kampung yang mudah membuat

konsumen memberi total skor 129 atau 86%(sangat baik) diperkuat dengan hasil wawancara kepada ibu Marsi, umur 56 tahun berpendidikan SMP dan berprofesi sebagai petani padi dilakukan wawancara pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 08.45 WIB, bu Marsi mengatakan bahwa *“Cara ngolah ayam nggak sulit, biasanya saya olah buat soto ayam lamongan bahan bahannya juga murah, digoreng saja anak saya sudah suka”* Ibu Marsi mengatakan bahwa cara mengolah ayam tidak sulit, bahan bahan membuatnya juga murah.

Alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung dikarenakan (Aspek Psikologi, 91,3% = Sangat Baik) nyaman mengonsumsi dengan total skor 137 atau 91,3%(sangat baik) diperkuat dengan hasil wawancara dengan ibu Murti, 69 tahun, berpendidikan SD dan berprofesi sebagai petani dan peternak ayam dilakukan wawancara pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 07.30 WIB, bu Murti mengatakan *“Alasan saya beli dua ayam ini, ya karena saya penjual ayam sudah dari dulu makanya saya mengetahui ayam, Kalo makan ikan ya jarang lebih sering makan ayam”* ibu Murti mengatakan bahwa alasan mengonsumsi ayam broiler dan kampung karena sudah sejak lama menjadi peternak ayam broiler dan kampung, beliau lebih sering mengonsumsi ayam dibandingkan mengonsumsi ikan, Kemudian alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan ayam kampung rasa daging ayam broiler dan ayam kampung dengan total skor 140 atau 93,3%(sangat baik) data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan ibu Mukayah, umur 65 tahun berpendidikan SD berprofesi sebagai penjual ayam dan petani padi berasal dari Desa Butungan pada Hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 07.00 WIB, bu Mukayah mengatakan *“Saya dan keluarga suka sama rasa kedua ayam ini, memang ayam favorit keluarga saya karena rasanya gurih dan empuk soalnya biasanya saya kukus terlebih dahulu. Kadang tetangga sekitar juga*

memesan ayam broiler dan kampung jadi ya saya pelihara juga saya konsumsi” Ibu Mukayah mengatakan bahwa menyukai rasa dari ayam broiler dan kampung, ayam tersebut kesukaan keluarga beliau, Beliau membeli ayam broiler dan kampung juga dikarenakan tetangga sekitar memesan ayam tersebut.

Data tersebut didukung dengan data karakteristik responden ayam broiler dan kampung berdasarkan usia, sebagai berikut :

Tabel 5.10 Tingkat Usia Konsumen Ayam Broiler dan Ayam Kampung

No	Kelompok Usia	Jumlah Konsumen Ayam Broiler dan Kampung	Persentase (%)
1.	31-40 tahun	7	23,3 %
2.	41-50 tahun	10	33,3 %
3.	≥ 51 tahun	13	43,3 %
	Total	30	100 %

(Sumber: Data Primer, 2021)

Konsumen yang membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung 13 orang berumur 51 tahun ke atas, umur 41-50 tahun berjumlah 10 responden dan umur 31-40 tahun berjumlah 7 orang. Di usia 51 tahun keatas merupakan usia potensial konsumen ayam broiler dan kampung di pasar desa pon. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

Aspek Sosial :

1. Kebiasaan Mengonsumsi : Konsumen ayam broiler dan kampung sudah terbiasa membeli dan mengonsumsi keduanya setiap kali pasar desa pon buka, konsumen dan keluarganya menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi daging ayam kampung sejak awal pandemic covid-19.
2. Kenyamanan Bertransaksi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung dikarenakan konsumen ayam broiler dan kampung bisa tawar-menawar dan kenal dengan penjualnya.

Aspek Sosial mempunyai presentase sebesar 85,3% (Sangat Baik)

Aspek Ekonomi :

3. Harga : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung, dikarenakan harga dari ikan laut lebih mahal dibandingkan harga ayam.

4. Cara Mengolah : Konsumen dalam mengolah ayam cukup mudah, tidak membutuhkan banyak biaya untuk membeli bumbu masakan dan bisa diolah menjadi aneka masakan khususnya soto ayam.

Aspek Ekonomi mempunyai presentase sebesar 75,3% (Baik)

Aspek Psikologi :

5. Nyaman Mengonsumsi : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung dikarenakan sudah menjadi peternak ayam dari dahulu dan jarang mengonsumsi ikan.

6. Rasa : Konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung dikarenakan rasa yang enak dan gurih karena dikukus terlebih dahulu.

Aspek Psikologi mempunyai presentase sebesar 91,3% (Sangat Baik)

-Indikator yang paling tinggi alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung adalah Rasa dengan presentase skor 93,3%.

-Indikator yang paling rendah alasan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung adalah harga dengan presentase skor 66,6%.

5.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler dan Ayam Kampung

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler maupun ayam kampung dalam penelitian ini yaitu, kebiasaan mengonsumsi, harga, pendidikan dan pendapatan. Dari faktor-faktor tersebut dapat dianalisis sebagai berikut :

A. Analisis Regresi Linier Berganda Keputusan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler

Berdasarkan hasil penelitian di pasar desa (Pon) Desa Butungan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah data kuisioner tersebut valid atau tidak, dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.11 Uji Validitas Konsumen Ayam Broiler

No.	Pernyataan	<i>Corrected item – Total Corelation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi ayam memperhatikan kualitas daging ayam broiler	0,476	0,361	Valid
2.	Saudara loyal dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler	0,543	0,361	Valid
3.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler secara rutin	0,647	0,361	Valid
4.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler karena kebutuhan	0,592	0,361	Valid
5.	Jenjang pendidikan saudara mempengaruhi keputusan membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler	0,397	0,361	Valid
6.	Kesesuaian jurusan saudara mempengaruhi membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler	0,497	0,361	Valid
7.	kesesuaian harga suatu daging tergantung dari kualitas daging ayam broiler	0,443	0,361	Valid
8.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler tergantung dari keterjangkauan harga	0,547	0,361	Valid
9.	Penghasilan yang diterima saudara perbulan mempengaruhi keputusan membeli daging ayam broiler	0,692	0,361	Valid

10.	Pekerjaan saudara mempengaruhi keputusan membeli daging ayam broiler	0,457	0,361	Valid
-----	--	-------	-------	-------

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel dependen maupun variabel independen dari keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler memiliki status valid, karena nilai r hitung (Corrected Item-Total Correlation) $>$ r tabel sebesar 0,361.

Kemudian dilakukan uji reabilitas untuk melihat konsistensi jawaban dari responden pada instrumen. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability $>$ 0,7. Nilai cronbach's alpha dan composite reliability dari hasil perhitungan SPSS dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.12 Uji Reabilitas Konsumen Ayam Broiler

No.	Variabel	r_{α}	r_{kritis}	Kriteria
1.	Keputusan membeli dan mengonsumsi ayam broiler	0,863	0,600	Reliabel
2.	Kebiasaan mengonsumsi	0,869	0,600	Reliabel
3.	Pendidikan	0,860	0,600	Reliabel
4.	Harga	0,856	0,600	Reliabel
5.	Pendapatan	0,880	0,600	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten.

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai R Square dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.13 Hasil Uji R Square Konsumen Ayam Broiler

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.610	.428	.518

Berdasarkan hasil R square yaitu sebesar 0,610 atau 61% artinya bahwa variabel kebiasaan mengonsumsi, harga, pendidikan, pendapatan mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler sebesar 61% sementara 39% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Sementara hasil F tabel sebagai berikut :

Tabel 5.14 Hasil Uji F Konsumen Ayam Broiler

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.221	8	.528	3.963	.000 ^b
	Residual	5.646	21	.269		
	Total	9.867	29			

Dari hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai sig sebsar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka seluruh variabel independen secara bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5.15 Hasil Uji t Konsumen Ayam Broiler

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	11.987	2.018		5.939	.004
Kebiasaan Mengonsumsi	.163	.285	.471	1.969	.022
Harga	-.785	.151	-.308	-1.979	.017
Dummy SD	.561	.316	.349	2.043	.026
Dummy SMP	.435	.461	.276	1.976	.431
Dummy SMA	.280	.322	.223	1.868	.215
Dummy Sarjana	-.255	.419	-.151	-2.109	.335
Dummy Gaji 1 - 2 juta	.118	.221	.091	1.935	.030
Dummy Gaji 2 - 3 juta	.280	.335	.242	2.136	.213
Dummy Gaji 3 – 4 juta	-.428	.286	-.360	-1.974	.462

Dari hasil uji t diatas menunjukkan bahwa pada variabel kebiasaan mengonsumsi memiliki t hitung 1.969 dan nilai sig sebesar 0,022 maka variabel kebiasaan mengonsumsi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler. Variabel harga dengan nilai t sebesar -1.979 dengan sig 0,017 maka variabel harga mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler. Variabel pendidikan SD memiliki nilai t sebesar 2.043 dan sig 0,026 maka variabel pendidikan SD mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler. Variabel gaji 1-2 juta memiliki nilai t sebesar 1935 dan sig 0,030 artinya variabel gaji 1-2 juta memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,987 + 1,63X1 - 7,85X2 + 5,61 D1 + 1,18 D2$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa :

1. Pengaruh kebiasaan mengonsumsi terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler sebesar 1,63%, artinya semakin biasa

konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler meningkat sebesar 1,63%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan kebiasaan mengonsumsi maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi menurun sebesar 1,63%

2. Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar -7,85%, artinya apabila terjadi peningkatan harga, maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun sebesar 7,85% begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan harga maka keputusan membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 7,85%
3. Pengaruh pendidikan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar 5,61%, artinya jika terjadi penambahan konsumen yang berpendidikan SD, Maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 5,61% begitu juga sebaliknya apabila konsumen broiler yang berpendidikan SD menurun maka konsumen broiler akan menurun sebesar 5,61%
4. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi yaitu sebesar 1,18% artinya apabila terjadi penambahan konsumen broiler yang berpendapatan 1-2 juta maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 1,18% begitu juga sebaliknya apabila konsumen broiler yang berpendapatan 1-2 juta menurun maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun sebesar 1,18%

B. Analisis Regresi Linier Berganda Keputusan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Kampung

Berdasarkan hasil penelitian di pasar desa (Pon) Desa Butungan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah data kuisioner tersebut valid atau tidak, dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.16 Hasil Uji Validitas Konsumen Ayam Kampung

No.	Pernyataan	<i>Corrected item – Total Corelation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi ayam memperhatikan kualitas daging ayam kampung	0,476	0,361	Valid
2.	Saudara loyal dalam membeli dan mengonsumsi ayam kampung	0,543	0,361	Valid
3.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam kampung secara rutin	0,647	0,361	Valid
4.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam kampung karena kebutuhan	0,592	0,361	Valid
5.	Jenjang pendidikan saudara mempengaruhi keputusan membeli dan mengonsumsi daging ayam kampung	0,397	0,361	Valid
6.	Kesesuaian jurusan saudara mempengaruhi membeli dan mengonsumsi daging ayam kampung	0,497	0,361	Valid
7.	kesesuaian harga suatu daging tergantung dari kualitas daging ayam kampung	0,453	0,361	Valid
8.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi daging ayam kampung tergantung dari keterjangkauan harga	0,521	0,361	Valid
9.	Penghasilan yang diterima saudara perbulan mempengaruhi keputusan membeli daging ayam kampung	0,664	0,361	Valid
10.	Pekerjaan saudara mempengaruhi keputusan membeli daging ayam kampung	0,375	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel dependen maupun variabel independen dari keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler memiliki status valid, karena nilai r hitung (Corrected Item-Total Correlation) $>$ r tabel sebesar 0,361.

Kemudian dilakukan uji reabilitas untuk melihat konsistensi jawaban dari responden pada instrumen. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability $>$ 0,7. Nilai cronbach's alpha dan composite reliability dari hasil perhitungan SPSS dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.17 Hasil Uji Reabilitas Konsumen Ayam Kampung

No.	Variabel	r_{α}	r_{kritis}	Kriteria
1.	Keputusan membeli dan mengonsumsi ayam broiler	0,833	0,600	Reliabel
2.	Kebiasaan mengonsumsi	0,853	0,600	Reliabel
3.	Pendidikan	0,864	0,600	Reliabel
4.	Harga	0,873	0,600	Reliabel
5.	Pendapatan	0,819	0,600	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten.

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai R Square dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.18 Hasil Uji R Square Konsumen Ayam Kampung

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.627	.440	.541

Berdasarkan hasil R square yaitu sebesar 0,627 atau 62,7% artinya bahwa variabel kebiasaan mengonsumsi, harga, pendidikan, pendapatan mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler sebesar 62,7% sementara 37,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Sementara hasil F tabel sebagai berikut :

Tabel 5.19 Hasil Uji F Konsumen Ayam Kampung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.829	8	.604	4.065	.018 ^b
	Residual	6.138	21	.292		
	Total	10.967	29			

Dari hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,018 yang lebih kecil dari 0,05 maka seluruh variabel independen secara bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5.20 Hasil Uji t Konsumen Ayam Kampung

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.621	2.654		1.841	.096
kebiasaan mengonsumsi	.930	.181	.028	1.966	.020
Harga	-.406	.143	-.490	-2.840	.010
Dummy SD	-.673	.249	-.192	-2.343	.847
Dummy SMP	.806	.309	.380	1.655	.024
Dummy SMA	.544	.282	.446	1.527	.218
Dummy Sarjana	.543	.478	.374	1.795	.442
Dummy Gaji 1 - 2 juta	-.237	.320	-.146	-1.939	.638
Dummy Gaji 2 - 3 juta	.194	.242	.160	1.899	.033
Dummy Gaji 3 - 4 juta	-.305	.724	-.198	-2.941	.985

Dari hasil uji t diatas menunjukkan bahwa pada variabel kebiasaan mengonsumsi memiliki t hitung 1.966 dan nilai sig sebesar 0,020 maka variabel kebiasaan mengonsumsi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung. Variabel harga dengan nilai t sebesar -2.840 dengan sig 0,010 maka variabel harga mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung. Variabel pendidikan SMP memiliki nilai t sebesar -1.655 dan sig 0,024 maka variabel pendidikan SMP mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung. Variabel gaji 2-3 juta memiliki nilai t sebesar 1.899 dan sig 0,033 artinya variabel gaji 2-3 juta memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4.621 + 9,30 D1 - 4,06 D2 + 8,06 D3 + 1,94 D4 + e$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa :

1. Pengaruh kebiasaan mengonsumsi terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung sebesar 9,30%, artinya semakin biasa konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung meningkat sebesar 9,30%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan kebiasaan mengonsumsi maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi menurun sebesar 9,30%

2. Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar 4,06%, artinya apabila terjadi peningkatan harga sebesar Rp.100 maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun sebesar 4,06% begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan harga sebesar Rp.100 maka keputusan membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 4,06%
3. Pengaruh pendidikan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar 8,06%, artinya jika terjadi penambahan konsumen yang berpendidikan SMP, Maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 8,06% begitu juga sebaliknya apabila konsumen kampung yang berpendidikan SMP menurun maka konsumen kampung akan menurun sebesar 8,06%
4. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi yaitu sebesar 1,94% artinya apabila terjadi penambahan konsumen kampung yang berpendapatan 2-3 juta maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 1,94% begitu juga sebaliknya apabila konsumen kampung yang berpendapatan 2-3 juta menurun maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun sebesar 1,18%

C. Analisis Regresi Linier Berganda Keputusan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler dan Kampung

Berdasarkan hasil penelitian di pasar desa (Pon) Desa Butungan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah data kuisioner tersebut valid atau tidak, dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.21 Hasil Uji Validitas Konsumen Ayam Broiler dan Kampung

No.	Pernyataan	<i>Corrected item – Total Corelation</i>	r _{tabel}	Keterangan
1.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi ayam memperhatikan kualitas daging ayam broiler/ayam kampung	0,576	0,361	Valid
2.	Saudara loyal dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler/kampung	0,532	0,361	Valid
3.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler/ayam kampung secara rutin	0,634	0,361	Valid
4.	Saudara membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler/ayam kampung karena kebutuhan	0,692	0,361	Valid
5.	Jenjang pendidikan saudara mempengaruhi keputusan membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler/ayam kampung	0,472	0,361	Valid
6.	Kesesuaian jurusan saudara mempengaruhi membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler/ kampung	0,492	0,361	Valid
7.	kesesuaian harga suatu daging tergantung dari kualitas daging ayam broiler/ayam kampung	0,442	0,361	Valid
8.	Saudara dalam membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler tergantung dari keterjangkauan harga	0,502	0,361	Valid
9.	Penghasilan yang diterima saudara perbulan mempengaruhi keputusan membeli daging ayam broiler/ayam kampung	0,621	0,361	Valid
10.	Pekerjaan saudara mempengaruhi keputusan membeli daging ayam broiler/ayam kampung	0,553	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel dependen maupun variabel independen dari keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler memiliki status valid, karena nilai r hitung (Corrected Item-Total Correlation) $>$ r tabel sebesar 0,361.

Kemudian dilakukan uji reabilitas untuk melihat konsistensi jawaban dari responden pada instrumen. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability $>$ 0,7. Nilai cronbach's alpha dan composite reliability dari hasil perhitungan SPSS dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.22 Hasil Uji Reabilitas Konsumen Ayam Broiler dan Kampung

No.	Variabel	r_{α}	r_{kritis}	Kriteria
1.	Keputusan membeli dan mengonsumsi ayam broiler	0,812	0,600	Reliabel
2.	Kebiasaan mengonsumsi	0,833	0,600	Reliabel
3.	Pendidikan	0,835	0,600	Reliabel
4.	Harga	0,863	0,600	Reliabel
5.	Pendapatan	0,880	0,600	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten.

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai R Square dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.23 Hasil Uji R Square Konsumen Ayam Broiler dan Kampung

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.697	.593	.589

Berdasarkan hasil R square yaitu sebesar 0,697 atau 69,7% artinya bahwa variabel kebiasaan mengonsumsi, harga, pendidikan, pendapatan mampu

menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler sebesar 69,7% sementara 30,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Sementara hasil F tabel sebagai berikut :

Tabel 5.24 Hasil Uji F Konsumen Ayam Broiler dan Kampung

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.386	8	1.173	3.384	.012 ^b
	Residual	7.280	21	.347		
	Total	16.667	29			

Dari hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,05 maka seluruh variabel independen secara bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5.25 Hasil Uji t Konsumen Ayam Broiler dan Kampung

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.191	2.310		2.247	.036
kebiasaan mengonsumsi	.010	.192	.008	2.051	.036
Harga	-.215	.176	-.017	2.086	.012
Dummy SD	.049	.253	.941	1.759	.703
Dummy SMP	.190	.420	.108	1.452	.842
Dummy SMA	.054	.386	.036	1.139	.020
Dummy Sarjana	.195	.449	.087	1.423	.217
Dummy gaji 1-2 juta	.527	.402	.351	1.910	.524
Dummy gaji 2-3 juta	.237	.426	.822	2.903	.109
Dummy gaji 3-4 juta	.759	.628	.169	2.702	.014

Dari hasil uji t diatas menunjukkan bahwa pada variabel kebiasaan mengonsumsi memiliki t hitung 2.051 dan nilai sig sebesar 0,036 maka variabel

kebiasaan mengonsumsi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Variabel harga dengan nilai t sebesar -2.086 dengan sig 0,012 maka variabel harga mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Variabel pendidikan SMA memiliki nilai t sebesar 11.139 dan sig 0,020 maka variabel pendidikan SMA mempengaruhi keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Variabel gaji 3-4 juta memiliki nilai t sebesar 2.702 dan sig 0,014 artinya variabel gaji 3-4 juta memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.191 + 0,10 - 2,15 + 0,54 D1 + 7,59 D2 + e$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa :

1. Pengaruh kebiasaan mengonsumsi terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung sebesar 0,10%, artinya semakin biasa konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung meningkat sebesar 0,10%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan kebiasaan mengonsumsi maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi menurun sebesar 0,10%
2. Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar 2,15%, artinya apabila terjadi peningkatan harga sebesar Rp.100 maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun

sebesar 2,15% begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan harga sebesar Rp.100 maka keputusan membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 2,15%

3. Pengaruh pendidikan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi sebesar 0,54%, artinya jika terjadi penambahan konsumen yang berpendidikan SMA, Maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 0,54% begitu juga sebaliknya apabila konsumen kampung yang berpendidikan SMA menurun maka konsumen broiler dan kampung akan menurun sebesar 0,54%
4. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi yaitu sebesar 7,59% artinya apabila terjadi penambahan konsumen broiler dan kampung yang berpendapatan 3-4 juta maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan meningkat sebesar 7,59% begitu juga sebaliknya apabila konsumen broiler dan kampung yang berpendapatan 3-4 juta menurun maka keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi akan menurun sebesar 7,59%

5.4 Pengaruh Kebiasaan Mengonsumsi, Harga, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli dan Mengonsumsi Ayam Broiler dan Kampung

1. Kebiasaan Mengonsumsi

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa kebiasaan mengonsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Artinya semakin sering konsumen mengonsumsi daging ayam broiler dan kampung, maka akan meningkatkan keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung di

pasar desa (Pon) secara signifikan. Hasil penelitian ini juga didukung dari penelitian Ahmad *et al* (2011) yang menunjukkan bahwa kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi suatu produk atau barang, Maka akan semakin memungkinkan orang tersebut membeli produk tersebut.

2. Harga

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Artinya semakin tinggi harga, Maka semakin rendah keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung secara signifikan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Hidayat *et al* (2017) yang menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut.

3. Pendidikan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh positif dan signifikan. Pendidikan SD berpengaruh terhadap keputusan membeli dan mengonsumsi ayam broiler, pendidikan SMP berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung, dan pendidikan SMA berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Artinya semakin tinggi pendidikan konsumen mempengaruhi kepada keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung, broiler dan kampung. Hasil penelitian ini didukung dari penelitian Hamzah *et al* (2013), bahwa pendidikan konsumen sangat mempengaruhi terhadap pembelian buah jeruk lokal maupun jeruk impor, Pendidikan konsumen ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang terhadap suatu produk yang akan dibeli dan dikonsumsi.

4. Pendapatan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan. Pendapatan 1-2 juta berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler, Pendapatan 2-3 juta berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam kampung dan pendapatan 3-4 juta berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Artinya semakin tinggi pendapatan konsumen, Maka akan semakin meningkat daya beli konsumen dalam membeli dan mengonsumsi ayam broiler dan kampung. Hasil penelitian ini didukung oleh Dwiki Rachmawati (2015) Semakin tinggi pendapatan akan semakin mudah pengambilan keputusan pembelian dilakukan. Tingkat pendapatan merupakan salah satu ukuran tingkat sosial ekonomi seseorang. Semakin tinggi tingkat pendapatan akan semakin mudah pengambilan keputusan pembelian dilakukan.