Jurnal Sains Agribisnis
JOURNAL OF SCIENCE AGRIBUSINESS
https://jurnal.umsrappang.ac.id/jsa E-ISSN 2798-4893
Vol. 4 No. 2
Desember 2024
Hal. 198-207

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI PRIMA FRESMART KABUPATEN PATI

ANALYSIS FACTORS AFFECTING PURCHASE DECISION OF BROILER CHICKEN MEAT AT PRIMA FRESHMART PATI SUBDISTRICT

Eka Purnama Sari Handayani[1)], Bayu Eka Wicaksana[2)]
[1,2)]Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka, Jalan Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan, 15437

E-mail: bayueka@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Sektor peternakan berperan penting dalam pemenuhan pangan hewani berupa daging, susu, dan telor. Sektor peternakan, khususnya peternakan ayam broiler merupakan produk pangan hewan untuk memenuhi kebutuhan pangan hewani masyarakat Indonesia. Kabupaten Pati merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi peternakan unggas, khususnya ayam broiler. Prima Freshmart merupakan toko retail produk pangan olahan yang memiliki *branding* penyedian produk pangan yang memenuhi standar ASUH (Aman, Sehat, Utuh, dan Halal). Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam broiler di Prima Freshmart Supriyadi Kecamatan Pati Kabupaten Pati. Metode yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen meliputi harga, lokasi, dan kualitas produk. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, dan kualitas produk yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler di Prima Freshmart. Kualitas produk merupakan faktor yang dominan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk daging ayam broiler. Kualitas produk yang baik akan mampu meningkatkan penjualan terhadap produk daging ayam broiler.

Kata Kunci: Ayam Broiler, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

The livestock sector plays an important role in fulfilling the demand for animal-based food such as meat, milk, and eggs. The livestock sector, particularly broiler chicken farming, is a source of animal food products that meet the animal-based food needs of the Indonesian population. Pati Regency is one of the regions with potential in poultry farming, especially broiler chickens. Prima Freshmart is a retail store for processed food products, branded as a provider of food products that meet ASUH standards (Aman, Sehat, Utuh dan Halal). The aim of this study is to analyze the factors that influence the decision to purchase broiler chicken meat at Prima Freshmart Supriyadi, Pati District, Pati Regency. The methods used are both quantitative and qualitative analysis. Quantitative analysis involves multiple linear regression analysis. The factors influencing consumer purchasing decisions include price, location, and product quality.

Handayani, E., & Wicaksana, B. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler Di Prima Fresmart Kabupaten Pati. Jurnal Sains Agribisnis, 4(2), 198-207. https://doi.org/10.55678/jsa.v4i2.1644

The analysis results show that competitive pricing, strategic location, and good product quality have a significant impact on the decision to purchase broiler chicken meat at Prima Freshmart. Product quality is the dominant factor influencing the purchasing decision of broiler chicken meat. Good product quality will be able to increase the sales of broiler chicken meat products.

Keywords: *Broiler Chicken, Price, Product Quality, Location, Decision Making*

PENDAHULUAN

Sektor peternakan berperan penting dalam pemenuhan pangan hewani berupa daging, susu, dan telor. Usaha pengembangan peternakan saat ini menunjukkan prospek yang sangat cerah dan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi pertanian. Sebagian besar masyarakat dunia mengakui bahwa produk-produk peternakan memegang peranan yang sangat penting di masa yang akan datang (Sosilorini, 2011). Unggas merupakan salah satu hewan ternak yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat indonesia. Perkembangan peternakan dengan produk unggas sangat pesat, mulai dari peternakan skala kecil, menengah, hingga peternakan skala besar. Mempertimbangkan kualitas dan produktivitas ternak berarti usaha peternakan tetap kompetitif di pasar untuk mencapai keuntungan maksimal dan mempertahankan operasi peternakan. Ayam broiler merupakan salah satu komoditas peternakan yang mempunyai andil cukup besar dalam memenuhi kebutuhan produk hewani dalam negeri. Semakin meningkatnya kesadaran dan pendapatan masyarakat menyebabkan meningkatnya permintaan produk hewani terutama daging. Hal ini menyebabkan perlu adanya peningkatan jumlah produksi guna memenuhi permintaan tersebut. Peternakan ayam broiler mempunyai prospek yang sangat baik untuk dikembangkan, baik dalam skala peternakan besar maupun skala peternakan kecil/peternakan rakyat (Utomo et al., 2015).

Konsumsi daging ayam broiler pada tahun 2021 menurut survei yang dilakukan oleh BAPOK BPS mencapai 10,36 kg/kapita/tahun (Angka Sementara). Konsumsi daging ayam meningkat sebesar 10-20% pada musim hajatan atau hari raya keagamaan dibandingkan dengan kebutuhan normal (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2024). Perkembangan produksi dan harga konsumen daging ayam broiler di Indonesia pada tahun 2018 - 2022 ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Produksi dan Harga Konsumen Daging Ayam Broiler di Indonesia Tahun 2018 - 2022

Tahun	Produksi (000 ton)	Harga Konsumen (Rp/Kg)
2018	3.409,56	33.477
2019	3.495,09	32.251
2020	3.219,12	32.297
2021	3.185,70	35.363
2022	3.765,57	36.839

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian diolah (2024)

Produksi daging ayam broiler di Indonesia menunjukkan perkembangan yang fluktuatif cenderung meningkat. Produksi daging ayam broiler sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 sampai dengan 2021 sebagai akibat dari adanya pandemi Covid-19. Harga konsumen untuk daging ayam broiler cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya, peningkatan harga cukup signifikan terjadi pada tahun 2020-2021. Peningkatan harga konsumen terhadap daging ayam broiler dipengaruhi oleh produksi daging ayam

broiler. Apabila pasokan daging ayam kurang atau lebih rendah dari konsumsinya maka harga akan terjadi kenaikan harga demikian sebaliknya.

Kabupaten pati merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki potensi dalam pengembangan usaha peternakan ayam broiler. Peternakan unggas merupakan jenis peternakan yang paling banyak diusahakan di Kabupaten Pati. Peternakan ayam broiler menguasai 49,97 persen dari peternakan ungags yang ada di Kabupaten Pati (Badan Pusat Statistik, 2023). Berdasarkan data tersebut maka komoditas ayam broiler merupakan komoditas potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Pati. Hal ini sejalan dengan tingkat konsumsi masyarakat untuk ayam broiler lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi daging ternak lainnya.

Prima Freshmart adalah toko retail yang menjual produk pangan olahan seperti ayam segar, ayam beku, daging ayam *parting*, telur omega dan produk pangan olahan lainnya. Salah satu produk unggulan pangan olahan Prima Freshmart adalah daging ayam broiler. Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi produk pangan olahan daging yang ASUH (Aman, Sehat, Utuh, dan Halal) terus mengalami peningkatan sebagai akibat dari sosialisasi intensif yang dilakukan baik oleh instansi pendidikan maupun pemerintah daerah. Konsumsi daging yang tidak ASUH mampu meningkatkan resiko negatif terhadap kesehatan konsumen. Produk pangan olahan daging yang ASUH merupakan salah satu "*brand image*" yang dibangun oleh Prima Freshmart untuk konsumennya. Prima Freshmart memastikan bahwa produk daging ayam broiler yang dijual memenuhi standar ASUH, sehingga konsumen dapat memiliki kepercayaan dan rasa aman dalam membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. Prima Freshmart berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melalui edukasi dan kampanye yang efektif. Edukasi dan kampanye yang dilakukan antara lain dengan cara memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk daging ayam broiler yang dijualnya, termasuk informasi tentang asal usul, proses produksi dan kualitas produk. Konsumen dapat memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang produk yang mereka konsumsi dan dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam memilih produk yang ASUH.

Perilaku konsumen dalam memilih dan membeli daging ayam broiler di Prima Freshmart dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah harga, lokasi, dan kualitas produk. Harga daging ayam broiler yang kompetitif, lokasi pasar yang strategis, dan kualitas produk yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen. Harga daging ayam broiler tersebut menentukan jumlah daging ayam yang diminta oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Semakin rendah harga suatu barang maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin banyak. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Lipsey et al., 1995). Setyowati, Murti dan Astuti (2021) menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai produk yang sesuai dengan tingkat keinginan konsumen akan mendorong konsumen untuk berminat untuk melakukan pembelian produk daging segar dan produk olahan. Kualitas produk berarti kualitas kesesuain bebas dari kecacatan dan kekonsistenan dalam memberikan tingkatan kualitas yang akan dicapai atau dijanjikan. (Kotler dan Keller, 2007). Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses dengan cepat, dan sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. (Swasta dan Handoko, 2000). Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mengenai pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler di Prima Freshmart Kecamatan

Pati Kabupaten Pati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap daging ayam broiler dan faktor yang lebih dominan dalam pengambilan keputusan untum membeli daging ayam broiler.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitaitif dengan pengambilan data menggunakan metode survei. Metode survei bertujuan untuk memperoleh gambaran umum mengenai karakteristik dan berbagai aspek populasi yang terkait permasalahan yang dikaji (Singarimbun *et al.,* 2008). Metode penelitian survei adalah penelitian untuk memperoleh data dan jawaban terhadap berbagai pertanyaan agar dapat digeneralisasikan dengan apa yang diteliti (Sugiyono, 2017). Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dimana tiap anggota populasi tidak diberi peluang yang sama untuk menjadi sampel (Hasan, 2002). Metode penentuan responden yang dilakukan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *accidental sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana konsumen yang kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian ditunjuk sebagai responden penelitian. Berdasarkan Roscoe dalam Sugiyono (2017) bila dalam penelitian menggunakan analisis *multivariate* maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dependen dan 1 variabel independen sehingga jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 50 responden. Menurut Gudono (2011) semakin banyak sampel yang digunakan dari jumlah sampel minimal maka akan didapat hasil yang akurat.

Metode survei dilakukan dengan melakukan wawancara responden dengan menggunakan bantuan kuesioner terstruktur (Effendi dan Tukiran, 2014). Peneliti dapat menggunakan catatan atau rekaman dalam mengumpulkan data yang diobservasi. Teknik kuesioner dilakukan karena ingin mengetahui persepsi yang dilakukan berdasarkan sebuah populasi (Effendi dan Tukiran, 2014). Kuesioner yang digunakan harus terlebih dahulu diuji setiap butir-butir pertanyaannya agar dapat di gunakan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel. Wawancara dilakukan dengan melakukan sesi tanya jawab bersama responden dengan pertanyaan terstruktur yang sudah disiapkan. Responden adalah pembeli yang secara kebetulan sedang melakukan transaksi pembelian daging ayam di lokasi penelitian dengan dan sedang melakukan pembelian daging ayam broiler.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pengambilan data penelitian dilaksanakan pada bulan Maret – April 2024 yang berlokasi di Prima Freshmart Supriyadi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Lokasi Prima Freshmart Supriyadi dipilih karena Prima Freshmart Supriyadi merupaka salah satu retail terbesar di Kabupaten Pati yang berada dekat dengan pusat keramaian Kabupaten Pati.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Menurut Nasution (2017), analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan sampel. Teknik ini akan memberikan sebuah deskripsi awal untuk setiap variabel yang ada di dalam penelitian. Teknik kuantitatif merupakan analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik untuk menguji sebuah hipotesis (Sugiyono, 2017). Data dianalisis dengan

menggunakan cara deskriptif kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan cara *computerized* menggunakan *software* SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian ini yaitu masyarakat yang mengunjungi Prima Freshmart Supriyadi yang terletak di Gang Jeruk, Plangitan, Kabupaten Pati yang membeli daging ayam dengan jenis broiler. Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden didominasi oleh konsumen wanita, dengan tingkat usia antara 26 – 35 tahun, tingkat pendidikan S1 (sarjana), bekerja sebagai wiraswasta, dan tingkat pendapatan lebih dari Rp 2.500.000,-. Hasil analisis deskriptif karakteristik responden daging ayam broiler terlampir pada Tabel.

Tabel 2. Karakteristik Responden Pengambilan Keputusan Pembelian Ayam Daging Broiler di Prima Freshmart Kabupaten Pati.

No	Karakteristik Responden		Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	34
		Wanita	66
2.	Usia	17 – 25 tahun	10
		26 – 35 tahun	32
		36 – 45 tahun	26
		46 – 55 tahun	8
		> 55 tahun	24
3.	Pendidikan Terakhir	SMA	32
		D3	12
		S1	48
		Lainnya	8
4.	Jenis Pekerjaan	Tidak bekerja	2
		Mahasiswa/Pelajar	8
		Ibu rumah tangga	10
		ASN	28
		Wiraswasta	52
5.	Pendapatan Perbulan	<Rp 500.000,00	18
		Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00	28
		Rp 1.500.000,00 - Rp 2.500.000,00	20
		>Rp 2.500.000,00	34

Sumber: Data Pirmer diolah (2024)

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 66%. Dalam sebuah rumah tangga seorang perempuan lebih dominan dalam mengurus kebutuhan rumah tangga. Hal ini sesuai dengan pendapat Hajiis (2018) bahwa wanita lebih dominan dalam mengurus keperluan rumah tangga dibanding pria dan juga berperan sebagai penentu keputusan pembelian pada suatu produk.

Usia konsumen daging ayam didominasi oleh konsumen berusia 26 – 35 tahun sebanyak 32%. Hal ini menunjukkan sebagian besar konsumen daging ayam broiler di Prima Freshmart masih di usia yang produktif, karena untuk menunjang aktivitas pekerjaan diperlukan asupan nutrisi yang cukup. Hal ini sesuai dengan pendapat Lasimpala *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa usia dewasa adalah usia produktif yang membutuhkan banyak zat gizi optimal untuk melakukan aktivitas.

Tingkat pendidikan responden didominasi oleh konsumen yang memiliki tingkat pendidikan terakhir sarjana strata satu (S1) sebanyak 48%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Suprayitno *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi cenderung berperilaku lebih kritis dan berhati-hati dalam mengkonsumsi pangan.

Berdasarkan jenis pekerjaan mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 52%. Jenis pekerjaan akan mempengaruhi perekonomian dan tingkat kesejahteraan keluarga. Hal ini sesuai dengan pendapat Fausayana *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa jenis pekerjaan berpengaruh dalam menopang perekonomian dan tingkat kesejahteraan keluarga serta berpengaruh terhadap pola pembelian barang dan jasa. Menurut data BPS (2017) terdapat sekitar 130 ribu orang penduduk Kabupaten Pati yang memiliki mata pencaharian utama dengan berwirausaha mandiri.

Berdasarkan tingkat pendapatan, responden pada penelitian ini didominasi oleh pendapatan lebih dari Rp 2.500.000 per bulan dengan mayoritas pekerjaan responden adalah wiraswasta sebesar 34%. Tingkat pendapatan seseorang akan mempengaruhi kemampuannya dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Peningkatan pendapatan akan mendorong daya beli masyarakat akan kebutuhan barang konsumsi (Wicaksana, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian konsumen daging ayam broiler kebanyakan memiliki tingkat pendapatan yang cukup dan sudah melebihi tingkat UMK Kabupaten Pati pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp 1.953.000,00 (Kementerian Ketenagakerjaan, 2021).

Tabel 3. Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria
Harga	0,635	0,2787	Valid
	0,768	0,2787	Valid
	0,737	0,2787	Valid
	0,748	0,2787	Valid
Lokasi	0,810	0,2787	Valid
	0,875	0,2787	Valid
	0,875	0,2787	Valid
Kualitas Produk	0,790	0,2787	Valid
	0,771	0,2787	Valid
	0,716	0,2787	Valid
	0,576	0,2787	Valid
Keputusan Pembelian	0,679	0,2787	Valid
	0,689	0,2787	Valid
	0,679	0,2787	Valid
	0,694	0,2787	Valid
	0,462	0,2787	Valid

Sumber: Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS yang dilakukan terhadap 50 sampel, tabel r dengan derajat kebebasan n-2 pada tingkat signifikansi 5 % maka diperoleh angka sebesar 0,2787. Berdasar tabel diatas nilai r hitung dari perhitungan semuanya lebih dari nilai r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan kuesioner pada variabel harga, lokasi, kualitas produk dan keputusan pembelian dapat dinyatakan valid. Hal ini sesuai dengan Sugiyono (2017) yang menyatakan bahwa kuesioner dikatakan valid jika r hitung > r tabel.

Uji Reliabilitas

Seluruh variabel memiliki nilai Alpha hitung > 0,6 sehingga dapat diketahui seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel. Hal ini sesuai dengan pendapat Basuki dan Prawoto (2016) yang menyatakan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,600.

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,200 yang artinya nilai signifikansi > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Quarisy (2020), normalitas data dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-smirnov. Tingkat kesalahan dalam pengambilan keputusan ditetapkan $\alpha = 5\% = 0,05$ dengan kriteria pengambilan menggunakan sig.α atau p-value, apabila sig.$\alpha < \alpha$ maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Diperoleh hasil bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas produk yang masing-masing sebesar 1,228, 1,028 dan 1,170. Dengan demikian semua variabel penelitian memiliki VIF kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak mengalami multikoliniearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Analisis Faktor - Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler di Prima Freshmart Kabupaten Pati

Analisis Hasil dari analisis regresi liner berganda terkait dengan faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian daging ayam broiler di Prima Freshmart Kabupaten Pati menghasilkan model sebagai berikut:

$$Y = 5,836 + 0,245\ X_1 + 0,217X_2 + 0,456X_3$$

Koefisien determinasi (R^2) merupakan koefisien yang menunjukkan kemampuan variabel bebas (harga, lokasi dan kualitas) dapat menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian). Nilai R^2 sebesar 0,391 atau 39,1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel harga (X1), lokasi (X2) dan kualitas produk (X3) mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 39,1% sedangkan sisanya yaitu 60,9% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai F hitung sebesar 9,833 > nilai F tabel yaitu 2,807 dan nilai

sig. yaitu 0,000 < 0,05, artinya variabel harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler di Prima Freshmart.

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut: nilai t hitung variabel harga (X1) sebesar 2,126 < nilai t tabel yaitu 2,011, artinya variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian daging atam broiler di Prima Freshmart, nilai t hitung variabel lokasi (X2) sebesar 1,501 < nilai t tabel yaitu 2,011, artinya variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian daging atam broiler di Prima Freshmart dan nilai t hitung variabel kualitas produk (X3) sebesar 3,172 < nilai t tabel yaitu 2,011, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian daging atam broiler di Prima Freshmart. Menurut penelitian dari Damanik (2019), uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variable dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikasi 5% ($\alpha = 0,05$).

Pengaruh Harga Daging Ayam Broiler terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan model tersebut menunjukkan bahwa bahwa koefisien variabel harga (X1) diperoleh sebesar 0,245 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa variabel harga mempunyai pengaruh sebesar 24,5% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan asumsi semua variabel yang lain tetap. Variabel harga merupakan variabel yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk daging ayam broiler di Prima Freshmart Kabupaten Pati. Kenaikan harga jual dari daging ayam broiler mampu menurunkan daya beli ayam broiler. Secara psikologi konsumen akan mencari alternatif produk lain yang sesuai dengan kemampuan konsumen atau mencari produk subtitusi lain sampai harga jual produk terjangkau oleh konsumen. Prima Freshmart perlu membuat strategi pemasaran yang tepat dan efisien melalui *survei* pasar untuk melihat peluang dan daya beli dari konsumennya. Hal ini sesuai dengan penelitian Ilmiyah dan Krishernawan (2020), yang menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Novitasari, dkk (2023), konsumen mempertimbangkan atribut harga dalam melakukan pembelian suatu produk. Konsumen melakukan pengelompokan suatu produk dari sisi harga sebelum melakukan pembelian produk.

Pengaruh Lokasi Prima Freshmart terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan model hasil analisis regresi liner berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel lokasi (X2) diperoleh sebesar 0,217 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh sebesar 21,7% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi semua variabel yang lain tetap. Lokasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam kegiatan pemasaran produk. Para produsen menggunakan konsep teori *marketing mix* yang terdiri atas *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Semakin strategis lokasi penjualan produk daging ayam broiler maka semakin mudah calon konsumen menjangkau produk dan mampu meningkatkan transaksi penjualan. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurlia (2020), bahwa lokasi memiliki hubungan searah dan positif. Lokasi suatu usaha berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Lokasi yang startegis akan mampu meningkatkan penjualan terhadap suatu produk.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan model hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel kualitas produk (X3) diperoleh sebesar 0,456 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh sebesar 45,6% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi semua variabel yang lain tetap. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Dimensi kualitas produk terdiri dari kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika dan kesan kualitas. Kualitas produksi yang baik akan meningkatkan tingkat penjualan terhadap produk. Hal ini sesuai dengan penelitian Aghitsni dan Busyra (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Hal ini mengharuskan suatu unit usaha untuk dapat mengoptimalkan penjaminan mutu untuk menciptakan produk yang terstandarisasi dan berkualitas baik.

KESIMPULAN

Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian daging ayam broiler pada Prima Freshmart menunjukkan bahwa faktor harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Faktor harga produk daging ayam broiler berpengaruh signifikan sebesar 0,245 terhadap keputusan pembelian. Faktor lokasi Prima Freshmart berpengaruh signifikan sebesar 0,217 terhadap keputusan pembelian. Faktor kualitas produk berpengaruh signifikan sebesar 0,456 terhadap keputusan pembelian. Faktor kualitas produk berpengaruh lebih besar dibandingkan faktor lainnya untuk pengambilan keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *6*(3), 38-51.

Badan Pusat Statistik. 2023. Jumlah Peternakan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2022/2023. Badan Pusat Statistik. Semarang.

Basuki, A.T. dan N. Prawoto. 2016. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Fausayana, I. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Kendari dan Hubungannya dengan Keberdayaan Peternakan. Skripsi. Kendari. Universitas Halu Oleo.

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hajiis, R. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler di Kota Pematangsiantar.Skripsi. Medan. Sumatera Utara. Medan.

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, *6*(1), 31-42.

Kotler P dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi Pertama. Jakarta (ID):Prentice Hall

Kotler, P. and G. Amstrong. 2001. *Principles of Marketing*. Prentice Hall. New Jersey.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., Keller,K. L., & Manceau, D. (2016). Marketing Management, 15e Edition. New Jersy: Pearson Education

Lasimpala, L., Nuryani, N., Ramadhani, dan Kau. 2021. Gambaran Pola Makan dan Pengetahuan Sindrom Metabolik pada Kelompok Dewasa. *Gorontalo J. Of Nutrition And Dietetic*. 1 (**2**): 64 – 73.

Lipsey, R.G., Paul, N. Courant, D. Pumis, dan P.O.Steiner. 1995. Ekonomi Mikro. Bina Rupa Aksara. Jakarta.

Lubis, A. N. dan Martin. 2009. Pengaruh Harga (Price) Dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsu Deli Medan. Jurnal Manajemen Bisnis. 2 (1): 21 – 24.

Mulyadi. (2016). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Novitasari, A., Y. Musa dan Jusni. 2023. Sikap Konsumen Terhadap Sayuran di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Sains Agribisnis*, *2*(2), 97-106.

Nurlia, L. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, *3*(1), 1-12.

Priyatno, D. 2011. Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS. Mediakom, Yogyakarta.

Soegoto, S. A. 2010. Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Nusa Tongkaina Wisata Tirta (NTWT) Manado. Jurnal Manajemen Bisnis 9 (17) : 14-25.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suprayitno, A., Rochaeni dan Purnomowati. 2015. Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado boplo (studi kasus: restoran gado-gado boplo panglima polim jakarta selatan). J. Agribisnis. 9 (**2**): 177 – 214.

Suryana, A. (2018). Strategi Pemasaran. Jakarta: Kencana.

Setyowati, Murti dan Astuti. (2021). Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Produk Daging Sapi Segar Dan Produk Olahan Di Kota Wisata Batu. Jurnal Ilmiah Filian Cendekia. Vol. 6. No. 2. Hal : 118 – 129.

Swasta, B., dan T.H. Handoko., 2000. Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Wicaksana, B. E. (2023). Analisis Pengaruh Luas Lahan, Produktivitas, Harga Beras, Harga Pupuk dan Harga Pestisida terhadap Kesejahteraan Petani di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, *12*(1), 42.