

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN AYAM POTONG RN FARM DI DESA TUMPATAN KECAMATAN BERINGIN KABUPATEN DELI SERDANG

Imam Septiawan¹, Nomi Noviani²

*Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah¹
Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah²*

penulis korespondensi: septiawanmam367@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian ayam potong RN Farm dan untuk mengetahui faktor mana yang paling mempengaruhi perilaku pembelian. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Tumpatan Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli ayam potong RN Farm sebanyak 30 orang konsumen, jumlah sampel yang diambil dari keseluruhan yaitu sebanyak 30 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi linear berganda, uji t parsial, uji F simultan dan Koefisien Determinan (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (satu persatu) terdapat pengaruh faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap produk perilaku pembelian (Y), karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara keseluruhan (simultan) terdapat pengaruh faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap produk perilaku pembelian (Y) karena nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh bahwa faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) dapat menjelaskan hubungan yang erat terhadap produk keputusan pembelian (Y). R square (R^2) atau kuadrat R adalah sebesar 0,503, artinya persentase sumbangan faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap keputusan pembelian sebesar 50,3%, sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci : Faktor Sosial, Harga Jual, Kualitas, Lokasi, dan Perilaku Pembelian

Abstrack

The purpose of this study was to analyze and find out the factors that influence the buying behavior of RN Farm broiler chickens and to find out which factors most influence buying behavior.

The location of this research was carried out in Tumpatan Village, Beringin District, Deli Serdang Regency. The population in this study were consumers who bought RN Farm broiler chickens as many as 30 consumers, the total sample taken from the whole was 30 people. The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, partial t test, simultaneous F test and Determinant Coefficient (R^2). The results of this study indicate that partially (one by one) there is influence of social factors (X_1), product selling prices (X_2), product quality (X_3), and location (X_4) on product buying behavior (Y), because the value of $t_{count} > t_{table}$. Overall (simultaneously) there is influence of social factors (X_1), product selling price (X_2), product quality (X_3), and location (X_4) on product buying behavior (Y) because the value of $F_{count} \geq F_{table}$. The test results of the coefficient of determination are obtained that social factors (X_1), product selling price (X_2), product quality (X_3), and location (X_4) can explain the close relationship to product purchasing decisions (Y). R square (R^2) or R squared is 0.503, meaning that the

percentage of social factor contribution (X1), product selling price (X2), product quality (X3), and location (X4) to purchasing decisions is 50.3%, while the rest 49.7% is influenced by other variables not examined by this study.

Keyword: Social Factors, Selling Price, Quality, Location, and Purchasing Behavior

PENDAHULUAN

Daging ayam merupakan bahan pangan hewani yang sangat digemari oleh masyarakat karena rasa daging yang lezat, bergizi, dan terjangkau. Daging ini dapat dikonsumsi dan diterima oleh semua golongan masyarakat dan agama sebagai makanan yang memiliki gizi yang tinggi. Menurut Ana Hariyani (2005), berdasarkan kandungan gizinya, daging ayam broiler dan daging ayam kampung memiliki kandungan protein yang sama besar, sekitar 37 gram/100 gram bahan. Pemilihan daging ayam yang tepat untuk dikonsumsi memerlukan pengetahuan tentang ciri-ciri daging ayam baik (Indogastromi, 2016). Kelebihan-kelebihan yang dimiliki daging ayam sebagai bahan konsumsi ini telah menyebabkan terdapatnya preferensi yang tinggi dari masyarakat dibandingkan dengan daging lainnya.

Terdapat berbagai jenis daging ayam yang dikonsumsi masyarakat diantaranya Ayam Buras (*Non-PerebredChicken*), Ayam Ras Pedaging (*Broiler Chicken*), serta Ayam Ras Petelur (*Laying Pullet Chicken*). Masyarakat dalam mengkonsumsi daging ayam selalu memilih diantara tiga jenis daging ayam tersebut yang tersedia di pasaran (Departemen Peternakan, 2016).

Bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) merupakan salah satu alat

strategi pemasaran guna menyampaikan informasi dan memperkenalkan sebuah produk agar konsumen tertarik untuk membeli. Bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh produsen untuk menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu (Ulus, 2013). Selain bauran pemasaran, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya. Kotler (2008) mendefinisikan budaya sebagai tata cara hidup sekelompok orang yang berkembang dan akan diturunkan ke setiap generasi. Budaya mendukung nilai konsumen, preferensi dan perilaku serta merupakan penentu dari keinginan dan perilaku. Budaya selanjutnya juga berkaitan dengan kelas sosial. Masyarakat di suatu wilayah pada umumnya akan terbagi dalam kelompok-kelompok yang bertingkat, homogen dan dan relative permanen. Kelompok tersebut pada umumnya memiliki anggota dengan faktor pribadi, seperti nilai, minat dan perilaku yang relatif sama. Faktor pribadi tersebut merupakan karakter psikologis yang bersifat stabil dan bertahan terhadap perubahan kondisi sekitar (Hamka, 2014).

RN Farm merupakan salah satu produsen Ayam Potong yang ada di Desa Tumpatan Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang, RN Farm hadir ditengah masyarakat Desa Tumpatan sekitar dalam penyediaan

kebutuhan daging ayam potong dengan harga dan kualitas produk yang baik yang diberikan oleh konsumen atau masyarakat sekitar, pemahaman dan pengetahuan akan produk daging ayam potong yang dijual oleh RN Farm ke konsumen merupakan kajian yang menarik untuk diteliti, sebenarnya konsumen cenderung membeli kebutuhan daging ayam potong itu dikarenakan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap ayam potong yang ditawarkan oleh RN Farm. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Ayam Potong RN Farm di Desa Tumpatan Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian ayam potong di RN Di desa tumpatan Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang akan dianalisis faktor internal yang terdiri dari umur dan tingkat pendidikan konsumen, selanjutnya akan dianalisis juga faktor eksternal dari segi harga produk dan kualitas produk ayam potong di RN Farm, akan dilakukan uji analisis dengan menggunakan regresi linier berganda dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden, serta pengamatan secara langsung. Data sekunder diperoleh dari

instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang dan dinas lain yang terkait dengan penelitian ini, serta literatur atau media lainnya yang mendukung penelitian ini.

Pada penelitian ini digunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran data. Skala *likert* digunakan untuk mengukur variabel faktor sosial, harga jual produk, kualitas produk, dan lokasi. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala *likert* dalam penelitian ini dimodifikasi menjadi lima alternatif jawaban untuk menentukan skor instrumen. Responden memberikan tanda *checklist* atau centang pada kolom yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

RN Farm merupakan salah satu produsen ayam potong yang berada di Desa Tumpatan Kecamatan Beringin. RN Farm perharinya dapat menjual ayam potong 250-500 kg perhari, RN Farm menjalin hubungan mitra dengan produsen yang lebih besar untuk mensuplai ayam potong, RN Farm kemudian memasarkan ayam potong tersebut ke pedagang kecil yang ada di Desa Tumpatan, ke rumah makan di sekitar Kecamatan, rumah sakit, warung ayam penyet dan lainnya.

Selain berstatus sebagai agen/pedagang besar RN Farm juga membuka penjualan ayam potong sendiri untuk memenuhi kebutuhan

masyarakat di Desa Tumpatan Kecamatan Beringin, dapat dibeli dengan harga yang relative lebih murah dan terjangkau. Dengan memberikan jaminan harga yang diminati oleh konsumen, membuat RN Farm semakin dikenal oleh masyarakat di Kecamatan Beringin khususnya Desa Tumpatan.

RN Farm juga melayani sistem pembelian pesanan dalam skala besar untuk keperluan acara pesta pernikahan, syukuran dan lainnya, tersedia juga jasa pengantaran yang

diberikan secara gratis oleh RN Farm, sehingga menarik konsumen untuk membeli ayam potong di RN Farm.

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap perilaku pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-66.603	21.690		-3.071	.005
1 Faktor Sosial (X_1)	.414	.207	.319	1.997	.057
Harga Jual Produk (X_2)	.276	.107	.366	2.583	.016
Kualitas Produk (X_3)	1.381	.381	.571	3.629	.001
Lokasi (X_4)	.463	.194	.341	2.386	.025

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah Peneliti (Tahun 2023)

Pengaruh Variabel Faktor Sosial (X_1) Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

Variabel faktor sosial (X_1) dengan nilai t-hitung sebesar 1,997, dan nilai t-tabel 1,708 menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (1,997 > 1,708) artinya terdapat pengaruh nyata antara variabel faktor sosial (X_1) terhadap variabel perilaku pembelian (Y). Masyarakat Desa Tumpatan secara sosial banyak yang melakukan pembelian ayam potong di RN Farm karena RN Farm sudah dikenal luas

oleh sosial masyarakat yang sebagai penyedia ayam potong segar.

kemudian Pengaruh Variabel Harga Jual Produk (X_2) Terhadap Perilaku Pembelian (

Variabel harga jual produk (X_2) dengan nilai t-hitung sebesar 2,583, dan nilai t-tabel 1,708 menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (2,583 > 1,708) artinya terdapat pengaruh nyata antara variabel harga jual produk (X_2) terhadap variabel perilaku pembelian (Y). Harga jual ayam potong di RN Farm lebih murah dibandingkan dengan harga di pasar atau yang dijual

oleh pedagang sekitar, karena RN *Farm* merupakan salah satu pedagang ayam potong yang terbesar di Desa Tumpatan.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X_3) Terhadap Perilaku Pembelian (Y).

Variabel kualitas produk (X_3) dengan nilai t-hitung sebesar 3,629, dan nilai t-tabel 1,708 menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (3,629 > 1,708) artinya terdapat pengaruh nyata antara variabel kualitas produk (X_3) terhadap variabel perilaku pembelian (Y). Hal ini dikarenakan ayam yang dijual di RN *Farm* adalah ayam dalam kondisi masih hidup, dan dipotong ketika ada konsumen yang membelinya, sehingga terjamin kualitas ayam potong yang segar.

Pengaruh Variabel Lokasi (X_4) Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

Variabel lokasi (X_4) dengan nilai t-hitung sebesar 2,386 dan nilai t-tabel 1,708 menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (2,386 > 1,708) artinya terdapat pengaruh nyata antara variabel lokasi (X_4) terhadap variabel perilaku pembelian (Y). Lokasi RN *Farm* mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar, akses jalan menuju ke lokasi juga lancar, dan RN *Farm* mudah untuk ditemukan, konsumen yang membeli ke RN *Farm* dikarenakan lokasi yang tidak jauh dari rumah para pembeli ayam potong.

.KESIMPULAN

1. faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian ayam potong RN *Farm* yaitu faktor sosial (X_1), harga jual produk (X_2), kualitas produk (X_3) dan lokasi (X_4) setelah dilakukan uji secara parsial dan

simultan berpengaruh nyata terhadap perilaku pembelian (Y), dengan nilai koefisien determinan (R^2), menunjukkan nilai 0,503, artinya variabel independen memberikan pengaruh sebesar 50,3% terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya 49,7 dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

2. faktor yang paling mempengaruhi perilaku pembelian ayam potong RN *Farm* yaitu kualitas produk (X_3).

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Hariyani. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Daging Ayam Broiler Bebas Residu Pestisida. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- I Gusti Ngurah Yuri Putra dkk. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Membeli Daging Ayam Broiler di Kabupaten Bungli. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. Vol 4. No.1
- Ilham Sukma Wardandy. 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler. Jurnal Litbang Patikab. Volume 18. No.1
- Nurul Arifah Fauzi dan Wijaya. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar

Celancang. Jurnal Agrijati.
Volume 34. No. 1

Razi, F., & Wahyuni, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Petani Padi Sawah (*Oryza sativa*, L). *Jurnal Agro Nusantara*, 2(2), 90-96.

Sembiring, R. C., Hermanto, B., Yani, F., & Habibie, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perbandingan Pendapatan Pedagang Sayuran Kaki Lima dan Pedagang Sayuran Keliling Di Kecamatan Lubuk Pakam. *Jurnal Agro Nusantara*, 2(1), 67-72.

Siregar, A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Panen Jagung Terhadap Pendapatan Petani (Studi Kasus: Desa Simataharil Kecamatan Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan)* (Doctoral dissertation, UMN Al-Washliyah 02 AGB 2020).