



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA
PEMBELIAN DAGING AYAM RAS
(*Broiler Chicken*) Di PASAR TRADITIONAL
DAN PASAR MODERN
KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :
Abdilah Burhanudin
NIM. 061510201078

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA
PEMBELIAN DAGING AYAM RAS
(*Broiler Chicken*) Di PASAR TRADITIONAL
DAN PASAR MODERN
KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu
Pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

**Abdilah Burhanudin
NIM. 061510201078**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA PEMBELIAN DAGING
AYAM RAS (*Broiler Chicken*) Di PASAR TRADITIONAL DAN
PASAR MODERN KOTA JEMBER**

Oleh :
Abdilah Burhanudin
NIM. 061510201078

Pembimbing

Dosen Pembimbing utama : Dr. Ir. Yuli Hariati, MS

Dosen Pembimbing anggota : Rudi Hartadi, SP, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdilah Burhanudin

NIM : 061510201078

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul : **”Analisis Perilaku Konsumen pada Pembelian Daging Ayam Ras (*Broiler Chicken*) Di Pasar Traditional dan Pasar Modern Kota Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 1 November 2011

Yang Menyatakan

Abdilah Burhanudin
NIM. 061510201078

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **Analisis Perilaku Konsumen Pada Pembelian Daging Ayam Ras (*Broiler Chicken*) Di Pasar Traditional dan Pasar Modern Kota Jember**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 1 November 2011

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim penguji :

Penguji 1,

Dr. Ir. Yuli Hariyati, M.S.
NIP. 196107151985032002

Penguji 2,

Penguji 3,

Rudi Hartadi, S.P., M.Si
NIP.196908251994031001

Ir Anik Suwandari, M.P
NIP. 196404281990022001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, MP.
NIP. 196111101988021001

RINGKASAN

Analisis Perilaku Konsumen pada Pembelian Daging Ayam Ras (*Broiler Chicken*) Di Pasar Traditional dan Pasar Modern Kota Jember. Abdilah Burhanudin, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember .

Kabupaten Jember merupakan salah satu pengkonsumsi daging ayam terbesar di Provinsi Jawa Timur. Daging ayam ras pedaging (*Broiler chicken*) dijual oleh pedagang di berbagai tempat di Jember. Setiap pasar traditional dipastikan terdapat penjual daging ayam ras. Selain di pasar traditional, daging ayam ras pedaging juga tersedia di pasar modern (Supermarket/Swalayan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen pada pembelian daging ayam ras di jember selain itu ingin mengetahui segmen potensial konsumen serta alasan konsumen membeli daging ayam ras di pasar traditional dan pasar modern. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor dan menggunakan metode deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pada pembelian daging ayam di Jember adalah faktor produk dan sumber informasi, faktor pribadi dan faktor psikologi. (2) segmen potensial konsumen di pasar traditional diketahui Konsumen dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi menjadi konsumen yang dominan dalam aspek tingkat pendidikan, konsumen sebagai ibu rumah tangga menjadi konsumen yang dominan dalam aspek jenis pekerjaan, konsumen pada usia dewasa (30-49 thn) menjadi konsumen yang dominan dalam aspek usia dan konsumen dengan tingkat pendapatan rumah tangga Rp.2.000.000– Rp. 3.000.000 menjadi yang dominan dalam aspek tingkat pendapatan rumah tangga. Dan segmen potensial konsumen di pasar modern diketahui konsumen dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi menjadi konsumen yang dominan dalam aspek tingkat pendidikan, konsumen sebagai pegawai swasta menjadi konsumen yang

dominan dalam aspek jenis pekerjaan, konsumen pada usia dewasa (30-49 thn) menjadi konsumen yang dominan dalam aspek usia dan konsumen dengan tingkat pendapatan rumah tangga > 7.000.000 menjadi yang dominan dalam aspek tingkat pendapatan rumah tangga. (3) Alasan konsumen membeli daging ayam di pasar traditional yang paling dominan adalah konsumen sekalian berbelanja kebutuhan rumah tangga lainya selain daging ayam ras, sedangkan alasan konsumen membeli daging ayam di pasar modern adalah disamping membeli daging ayam konsumen juga mempunyai motivasi lain yaitu jalan-jalan di pasar modern.

SUMMARY

Analysiss The Habbitual Consumer to Buyer Broiler Chicken at Traditional Market and Modern Market in Jember. Abdilah Burhanudin, Social Economy of Agriculture Departement Faculty of Agriculture Jember University.

Jember Regency as a one consume broiler chicken the biggest in the province of East Java. Broiler meat (chicken Broiler) sold by traders at various places in Jember. Each seller's market there are certain traditional meat chicken. Besides the traditional markets, broiler meat is also available in a modern market (Supermarket / Supermarkets). This study aims to determine the behavior of consumers in the purchase of chicken meat in muddy than it would like to know a segment of potential consumers as well as the reasons consumers buy chicken meat in traditional markets and modern markets. Analysis tool used is the dang factor analysis using descriptive methods. The analysis showed that: (1) the factors that influence consumer behavior in purchasing chicken meat in Jember is a product of factors and sources of information, personal factors and psychological factors. (2) segments of potential consumers in traditional markets known to consumers with the level of college education become the dominant consumer in terms of education level, consumers as homemakers to consumers who are dominant in terms of types of jobs, consumers in the adult (30-49 yrs) to consumers who are dominant in terms of age and consumers with household income levels Rp.2.000.000-Rp. 3 million to be dominant in terms of household income level. And potential consumers in the market segment known to modern consumers with college level education becomes the dominant consumer in terms of education levels, consumer as private employees become the dominant consumer in terms of types of jobs, consumers in the adult (30-49 yrs) became the dominant consumer in the aspect of age and consumer with household income > 7.000.000 be a dominant aspect household. (3) The reason for consumers to buy chicken meat in traditional markets is the most dominant consumer shopping for all other households in addition to chicken meat, while the reasons consumers buy

meat chicken in a modern market is in addition to buying chicken meat consumers also have another motivation of the streets in the modern market.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Perilaku Konsumen Pada Pembelian Daging Ayam Ras (Broiler Chicken) Di Pasar Traditional dan Pasar Modern Kota Jember**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1), pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember, Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, M.P yang telah memberikan bantuan perijinan dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini.
2. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Dr. Ir. Evita Sholiha Hani, M.P yang telah memberikan bantuan sarana dan prasarana dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini.
3. Dr. Ir Yuli Hariyati, MS (DPU), Rudi Hartadi, SP., MSi (DPA) dan Ir. Anik Suwandari, MP (Penguji) yang telah meluangkan waktu, pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini,
4. Ir. M. Sunarsih, MS selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. *IMHERE Project (Student Grant)* yang telah memberikan bantuan secara materil untuk peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu terselesainya karya ilmiah tertulis ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada mereka yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RINGKASAN	vi
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	6
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Aspek Sosial Ekonomi Daging Ayam Broiler	7
2.3 Teori Pemasaran	9
2.4 Teori Konsumsi	11
2.5 Teori Perilaku Konsumen	18
2.6 Proses Keputusan Pembelian	25
2.7 Pengertian Pasar Traditional dan pasar Modern	26
2.8 Kerangka Pemikiran	28
2.9 Hipotesis	33

BAB 3. METODE PENELITIAN	34
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Metode Pengambilan Contoh.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Analisis Data	37
3.6 Terminologi	41
BAB 4. GAMBARAN UMUM DERAH PENELITIAN.....	43
4.1 Letak Geografis	43
4.2 Keadaan Kegiatan Peternakan Ayam Ras di Jember	43
4.3 Karakteristik Lokasi	44
4.3.1 Matahari Supermarket.....	45
4.3.2 Pasar Tanjung	45
4.3.3 Pasar Kepatihan	46
4.3.4 Pasar Mangli.....	47
4.3.5 Pasar Gebang.....	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur.....	47
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
BAB 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen pada Pembelian Daging Ayam Ras	50
5.2 Bagaimana segmen Potensial Konsumen daging Ayam Ras Pedaging di Jember.....	61
5.2.1 Segmen Potensial Konsumen Daging Ayam Ras Di Pasar Traditional.....	61
5.2.2 Segmen Potensial Konsumen Daging Ayam Ras Di Pasar Modern.....	66
5.3 Apakah Alasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Daging ayam Ras di Pasar Modern dan Pasar Traditional	71

BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN	78
6.1 Simpulan	78
6.2 Saran	79
 DAFTAR PUSTAKA	 80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Produksi Daging Menurut Jenisnya	3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur dan Tempat	48
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Hasil Pengujian Standar Deviasi	51
Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test Pertama	52
Hasil Analisis MSA Pada Uji KMO Pertama	53
Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test Kedua	53
Hasil Analisis MSA pada Uji KMO Kedua	54
Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test Ketiga	54
Hasil Analisis MSA pada Uji KMO Ketiga	55
Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test Keempat	55
Hasil Analisis Faktor	56
Pengaruh Faktor Terhadap Varians	57
Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Traditional	71
Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Modern	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Kurva Permintaan	12
Pergeseran Kurva Permintaan	13
Kurva Indeferen	13
Garis Anggaran	14
Pergeseran Garis Anggaran	15
Kurva Indeferen Bersinggungan dengan Garis Anggaran	16
Kepuasan Optimal Konsumen	17
Penurunan <i>Price Consumption Curve</i> menjadi Kurva Permintaan	18
Faktor-faktor Internal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
Model Perilaku Konsumen	24
Skema Kerangka Pemikiran	33
Aspek Jenis Pekerjaan di Pasar Traditioal	62
Aspek Tingkat Pendidikan di Pasar Traditional	63
Aspek Usia di Pasar Traditional	64
Aspek Tingkat Pendapatan Rumah Tangga	65
Aspek Jenis Pekerjaan di Pasar Modern	67
Aspek Tingkat Pendidikan di Pasar Modern	68
Aspek Usia di Pasar Modern	69
Aspek Tingkat Pendapatan Rumah Tangga	70
Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Traditional	74
Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Modern	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Data Responden	82
Tabulasi Analisis Faktor	90
Hasil Uji Standar Deviasi	92
Uji KMO dan <i>Barlett's Test</i> Pertama	93
Uji KMO dan <i>Barlett's Test</i> Kedua	95
Uji KMO dan <i>Barlett's Test</i> Ketiga	97
Uji KMO dan <i>Barlett's Test</i> Keempat	99
Analisis Faktor	101
Tabulasi Segmen Potensial Pasar	106
Tabulasi Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam di Pasar Traditional	108
Tabulasi Alasan Konsumen Membeli Daging Ayam di Pasar Modern	109
Kuisisioner	110