

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Membeli Makanan Berprotein Hewani

Roisu Eny Mudawaroch¹⁾

¹⁾Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo
Jl. KHA. Dahlan 3a Purworejo
email: roisueny@gmail.com

Diterima 20 Maret 2020; layak diterbitkan 30 Juni 2020

Ringkasan

Mahasiswa mempunyai kepribadian yang sudah mantap sehingga dapat menentukan pilihan salah satunya pembelian makanan yang dikonsumsi. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui 1) pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani; 2) Faktor pribadi terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani; 3) Faktor pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani dan 4) Faktor sosial, Faktor pribadi dan faktor pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani. Sampel yang digunakan sebanyak 90 mahasiswa. Data yang diperoleh di uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji validitas, uji realibilitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Data dianalisis regresi linier berganda dengan variabel Faktor sosial (X1) Faktor pribadi(X2), Faktor Pengetahuan (X3), sedangkan keputusan membeli makanan berprotein hewani (Y). Hasil uji asumsi klasik menunjukkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan data terdistribusi normal. Hasil uji validitas semua instrumen menunjukkan valid. Hasil uji realibilitas, menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis regresi linear menunjukkan $Y=4,574-0,105(X1)+0,121(X2)+0,004(X3)$. Hasil uji F menunjukkan pengaruh nyata. Dan hasil uji determinasi didapatkan nilai $R = 0,313$. Kesimpulan yaitu faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani, faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani, faktor pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor pengetahuan secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.

Kata Kunci: Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Faktor Pengetahuan, Protein Hewani

Abstrak

Students have a strong personality so that they can make choices, one of which is the purchase of the food they consume. The purpose of this study was to determine 1) the influence of social factors on purchasing decisions for animal protein food; 2) Personal factors in animal protein food purchasing decisions; 3) Knowledge factors about animal protein food purchasing decisions and 4) Social factors, personal factors and knowledge factors about animal protein food purchasing decisions. The sample used was 90 students. The data obtained in the classical assumption test include normality test, validity test, reliability test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The data were analyzed multiple linear regression with social factors (X1) personal factors (X2), knowledge factors (X3), while the decision to buy animal protein foods (Y). The results of the classical assumption test show the Kolmogorov-Smirnov normality test which shows the data was normally distributed. The results of the validity test of all instruments were valid. Reliability test results show the instrument used was reliable. The multicollinearity test results showed that there was no multicollinearity. The results of the heteroscedasticity test did not show any heteroscedasticity. The results of linear regression analysis showed $Y = 4.574-0.105 (X1) +0.121 (X2) +0.004 (X3)$. The results of the F test showed a significant effect. And from the

results of the determination test, the value of $R = 0.313$ was obtained. The conclusion was that social factors have an effect on animal protein food purchasing decisions, personal factors do not affect the animal protein food purchase decisions, knowledge factors do not affect animal protein food purchasing decisions, social factors, personal factors and knowledge factors jointly influence purchasing decisions. protein food. animals.

Keywords: Personal Factors, Social Factors, Knowledge Factors, Animal Protein

1. PENDAHULUAN

Pangan sangat penting bagi manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Pangan yang dikonsumsi manusia mengandung komposisi nutrisi yaitu karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral. Dari komposisi pangan tersebut yang paling diperhatikan adalah protein. Setiap membeli makanan maka sering ditanyakan berapa kadar proteinnya? Hal ini dianggap bahwa kadar proteinlah yang menentukan harga pangan disamping rasa. Protein dibutuhkan oleh tubuh manusia untuk membangun jaringan baru dan mempertahankan jaringan yang telah ada [1]. Protein terdiri dari protein hewani dan protein nabati. Protein nabati adalah protein yang berasal dari tanaman, sedangkan protein hewani berasal dari hewan. Konsumsi protein penduduk Indonesia tahun 2016 per kapita sehari sebagian besar didominasi dari padi-padian (37,22%), makanan dan minuman jadi (19,85%), ikan, udang, cumi, dan kerang (12,65%), kacang-kacangan (8,77%), daging (5,91%), dan telur dan susu (5,89%) [2]. Nilai biologis protein hewani lebih tinggi dari pada protein nabati. Nilai biologis adalah ukuran proporsi protein dalam pangan manusia yang dapat diserap. Nilai biologis daging sapi sebesar 80, telur 100, susu 91, Protein kedelai 74 dan Wheat gluten 64 [3]. Kebutuhan protein hewani di Indonesia sebagian besar dari perikanan, namun yang berasal dari produk peternakan semakin meningkat [4].

Mahasiswa adalah orang yang menempuh pendidikan di perguruan Tinggi, baik di universitas, sekolah

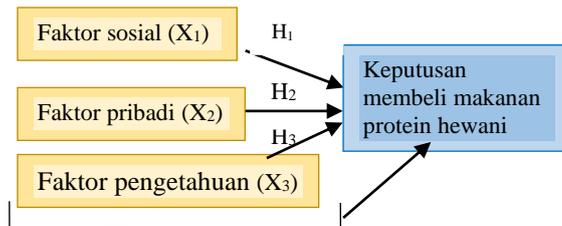
tinggi, institut dan politeknik. Umur mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi berkisar antara 18-25 tahun [5], walaupun ada yang berumur di bawah ataupun diatas umur tersebut. Pada umur tersebut maka mahasiswa mempunyai kepribadian yang sudah mantap sehingga dapat menentukan pilihan dan mempertanggung jawabkan segala tindakannya. Kepribadian yang mantap juga dapat tercermin dari perilaku pembelian makanan yang dikonsumsinya. Kualitas makanan yang dikonsumsinya akan menentukan kinerja tubuh. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian yaitu : pengaruh pribadi/individu., pengaruh sosial[6], dan pengaruh pengetahuan [7].

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui 1) pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani; 2) Faktor pribadi terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani; 3) Faktor pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani dan 4) Faktor sosial, Faktor pribadi dan faktor pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.

2. METODE PENELITIAN

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Petanian tingkat I dan tingkat II sebanyak 90 responden. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Metode Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dengan jawaban berganda yang berskala. Skala yang digunakan adalah skala likert 5 point. Variabel

dalam penelitian ini adalah : Faktor Sosial (X_1), Faktor pribadi (X_2), Faktor pengetahuan (X_3) dan Keputusan membeli makanan berprotein hewani (Y). Kerangka pikir penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pikir penelitian

Data yang didapat kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Data yang akan dianalisis regresi linier berganda diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji validitas, uji realibilitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y_i = a + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + e; i=1,2,3,\dots,n$$

Keterangan:

- Y= Keputusan Pembelian
- X_1 = Faktor sosial
- X_2 = Faktor pribadi
- X_3 = Faktor pengetahuan
- b_1 = Koefisien regresi desain sosial
- b_2 = Koefisien regresi desain pribadi
- b_3 = Koefisien regresi desain pengetahuan
- a= Konstanta
- e= Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Responden merupakan mahasiswa Fakultas Pertanian tingkat I dan tingkat II, sejumlah berjumlah 90 mahasiswa. Variabel diamati adalah: program studi, jenis kelamin, usia, dan besar uang saku yang didapat. Karakteristik responden disajikan di Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden

Variabel	instrumen	N	%
Program Studi	Agribisnis	68	75,6
	Peternakan	22	24,4
Jenis kelamin	Perempuan	47	52,2
	Laki	43	47,8
Usia	18-21	85	84,5
	22-25	5	5,5
Uang saku (ribu rupiah)	<250	29	32,2
	250-750	55	61,1
	750<	6	6,7
Tempat tinggal	rumah sendiri	58	64,4
	Indekos	32	35,6

Identitas responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang berasal dari program studi program studi Agribisnis sebanyak 68 responden (75,6%) sisanya sebanyak 22 responden (24,4%) dari program studi peternakan. Hal ini disebabkan karena jumlah mahasiswa di Program studi Agribisnis lebih banyak dari pada program studi peternakan. Berdasarkan jenis kelamin sebanyak 47 responden (52,2%) merupakan perempuan dan sisanya berjenis kelamin laki-laki (43 responden). Jenis kelamin perempuan lebih banyak dari laki-laki hal ini disebabkan karena jumlah mahasiswa perempuan lebih banyak dari laki-laki. Berdasarkan usia sebagian besar berusia 18-21 tahun yaitu sebanyak 85 responden (84,5%) dan sisanya berusia 22-25 Tahun. Hal ini disebabkan karena responden merupakan mahasiswa Tingkat I dan II sebagian besar lulus

SMA kemudian melanjutkan Kuliah. Sedangkan yang berusia 22-25 Tahun adalah responden yang setelah lulus SMA bekerja terlebih dahulu baru melanjutkan kuliah. Berdasarkan uang saku yang tertinggi adalah responden dengan mendapatkan uang saku Rp. 250.000 – 750.000 yaitu 55 responden (61,1%), sisanya merupakan dibawah

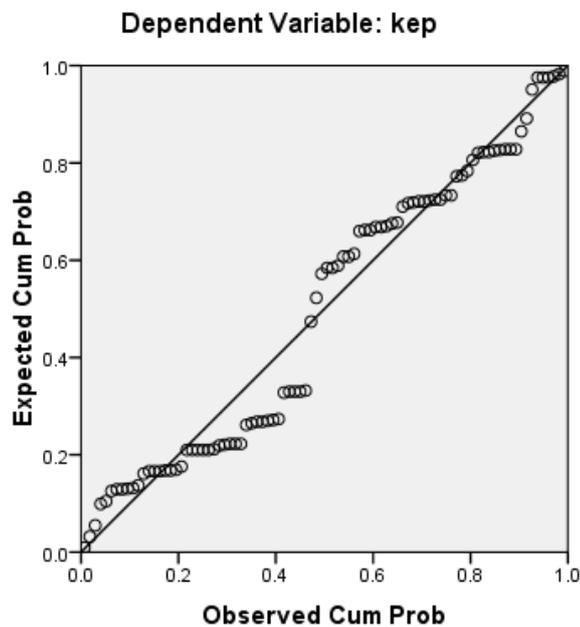
Rp. 250.000 dan diatas 750 ribu. Berdasarkan tempat tinggal sebagian besar tinggal di rumah sendiri yaitu 58 responden (64,4%) dan sisanya indekos. Hal ini disebabkan karena sebagian besar mahasiswa di Fakultas Pertanian berasal dari Purworejo dan sekitarnya.

b. Uji normalitas

Untuk menguji ada tidaknya variabel pengganggu atau residu dilakukan uji normalitas. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi data normal atau mendekati normal. Uji Normal Probability Plot disajikan pada Gambar 1 dan Berdasarkan Gambar 1. Dan Nilai residu berdistribusi normal disajikan pada Tabel 2.

c. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Gambar 1. menunjukkan data terdistribusi normal yaitu pola titik yang mendekati garis diagonal. Hasil ini didukung uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan data terdistribusi normal (Tabel 2). uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah 1,337 dengan signifikansi 0,056 yang lebih besar dari 0,05.



Gambar 2. Uji Normal Probability Plot

Tabel 2. Nilai residu distribusi normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,337
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,056

d. Pengujian Uji Validitas

Uji validitas adalah uji melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya [8]. Instrumen dikatakan valid

apabila alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid, sehingga data tersebut dapat digunakan untuk mengukur [9]. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji validitas

Faktor	Instrumen	Validitas	Faktor	Instrumen	Validitas
Pribadi	X ₁₁	0,161**	Sosial	X ₂₁	0,825**
	X ₁₂	0,221**		X ₂₂	0,746**
	X ₁₃	0,208**		X ₂₃	0,534**
	X ₁₄	0,462**		X ₂₄	0,751**
Pengetahuan	X ₃₁	0,364**	Keputusan membeli	y ₁₁	0,375**
	X ₃₂	0,693**		y ₁₂	0,284**
	X ₃₃	0,823**		y ₁₃	0,318**
	X ₃₄	0,831**		y ₁₄	0,757**

Keterangan ** berpengaruh sangat nyata (Valid)

Didasarkan Tabel R dengan n=90, $\alpha=5\%$, db= 98 sebesar 0,207.

Hasil uji validitas menunjukkan semua instrumen bernilai 0,532-0,800 semuanya diatas 0,207 sehingga menunjukkan hasil yang valid

e. Uji Realibilitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji heteroskedastisitas

Uji realibilitas, ujimultikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. uji realibilitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas disajikan di Tabel 4. Hasil uji reabilitas semua variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha diatas 0,600 bahwa faktor pelakuan menunjukkan nilai reabilitas yang tinggi sehingga variabel tersebut layak untuk di digunakan dalam penelitian. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Conbarch Alpha > 0,60 [10]. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [2].

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance dari masing-masing faktor berkisar antara 0,828-0,904, nilai ini diatas 0,01. Hasil ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai Variant Inflation Factor (VIF) dari masing-masing faktor berkisar antara 1,107-1,207, nilai ini dibawah 10 menunjukkan tidak terdapat masalah multikolinearitas. [11] menyatakan cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai (VIF), Apabila nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolinearitas. Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi tersebut ada interkorelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen karena akan mengurangi keyakinan dalam pengujian signifikansi. Karena tidak terjadi

Multikolinearitas oleh karena itu model regresi yang baik dan tidak terjadi pada penelitian ini dapat dijadikan model korelasi antarvariabel independent.

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedaksitas

Variabel	Uji Realibilitas		Uji Multikolinearitas			Uji Heterokedaksitas	
	Cronbach's Alpha	Keterangan	Tolerance	VIF	Keterangan	Unstandardized Residual	Keterangan
Sosial (X ₁)	0,682	Tinggi	0,972	1,029	Tidak terjadi	0,765	Tidak terjadi
Pribadi (X ₂)	0,760	Tinggi	0,843	1,186	Tidak terjadi	0,081	Tidak terjadi
Pengetahuan (X ₃)	0,574	Rendah	0,866	1,155	Tidak terjadi	0,587	Tidak terjadi
Keputusan membeli (Y)	0,669	Tinggi					

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *white* mempunyai nilai $0,00 < \text{tabel white } 5\% \text{ db } 2 \text{ yaitu } 5,591$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa variable independen tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga memenuhi syarat dari uji asumsi klasik.

f. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil regresi berganda terdapat instrumen yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan berprotein hewani bagi mahasiswa. Hasil regresi linear disajikan pada Tabel 5. Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 5 dapat dibuat model

keputusan pembelian makanan berprotein hewani dengan persamaan :

$$Y = 4,574 - 0,105(X_1) + 0,121(X_2) + 0,004(X_3)$$

Berdasarkan hasil analisis keputusan pembelian makanan berprotein hewani, didapat koefisien regresi faktor sosial (X₂) bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara faktor pribadi (X₃) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Faktor sosial (X₁) dan faktor pengetahuan (X₃) bernilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

g. Uji-Statistik T (Pengujian Parameter Regresi secara tunggal/parsial)

Berdasarkan hasil uji T (dalam Tabel 5) nilai Sig. variabel independent faktor sosial $0,011 < 0,05$ dengan tingkat kepercayaan 95 persen ($\alpha = 0,05$) menunjukkan pengaruh nyata. Hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel independent (faktor sosial) berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.

[12] Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama [13]. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial tidak memengaruhi pembelian makanan berprotein hewani. Faktor sosial terdiri dari: saran teman,

pengaruh orang terdekat, lingkungan sering membeli dan agar terlihat update tidak mempengaruhi mahasiswa dalam keputusan membeli makanan berprotein hewani. Kehadiran orang tua seorang remaja dalam dalam pembentukan identitas dirinya. Hal ini dikarenakan kehadiran orang tua dapat membantu remaja membentuk identitas remaja secara positif [14].

Tabel 5. Uji Regresi linier dan uji T

Model	Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan
Constant	4,574	6,334	0,000	
Faktor sosial (X ₁)	-0,105	-2,613	0,011	Signifikan
Faktor pribadi(X ₂)	0,121	1,029	0,306	Tidak signifikan
Faktor Pengetahuan (X ₃)	0,004	0,010	0,926	Tidak signifikan

Hasil uji T pada Tabel 5 bahwa faktor pribadi menunjukkan hasil >0,05 sehingga menunjukkan perbedaan tidak nyata. Hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel independent sedangkan faktor pribadi tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli makanan berprotein hewani. Hal ini diduga bahwa mahasiswa lebih mengutamakan harga yang rendah dan rasa yang enak pada makanan yang dibelinya. [15] menyatakan Sumber protein hewani seperti dari hasil-hasil peternakan lebih berkualitas namun harganya relatif mahal jika dibandingkan dengan protein nabati. Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan [13].

Hasil uji T faktor pengetahuan menunjukkan hasil >0,05 sehingga menunjukkan perbedaan tidak nyata. Hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel independent faktor

pengetahuan tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli makanan berprotein hewani. Pengetahuan adalah sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi termasuk kegiatan pengambilan keputusan [16]. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan tidak memengaruhi mahasiswa pembelian makanan berprotein hewani. Tidak terdapat berpengaruhnya faktor pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan disebabkan karena ketika mahasiswa membeli makanan tidak peduli terhadap kandungan gizi didalamnya. Walaupun sudah berstatus mahasiswa kesadaran makanan berprotein hewani kurang diperhatikan. Hal ini diduga bahwa mahasiswa membeli makanan karena kesukaan dan kebiasaan mengkonsumsi makanan. Perilaku konsumen dalam pembelian karena kebiasaan (habitual buying behavior) [17].

h. Uji-Statistik F

Hasil uji F disajikan pada Tabel 6. Uji F menggunakan program Eviews diketahui bahwa hasil F-statistic adalah 3,121 dengan signifikansi 0,030^a lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama-sama variabel faktor sosial, faktor pribadi dan faktor pengetahuan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli makanan protein hewani.

Tabel 6. Hasil Uji F

F	Sig
3,121	0,030

Walaupun secara parsial faktor sosial berpengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif, sedangkan faktor pribadi dan faktor pengetahuan berpengaruh tidak signifikan, tetapi jika diuji secara bersama-sama/simultan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani. (Santoso dan Purwanti, 2013) menyatakan Walaupun secara parsial ada yang tidak berpengaruh secara signifikan, namun secara keseluruhan yaitu faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

i. Uji Determinasi

Hasil uji determinasi disajikan pada Tabel 7. Berdasarkan uji determinasi didapatkan nilai $R = 0,313^a$. Hasil tersebut merupakan hubungan antara variabel rendah. Nilai R sebesar 0,20–0,399 menunjukkan hubungan determinasi yang rendah [9]. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2)

sebesar 0,098 menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independent (faktor sosial, faktor pribadi dan faktor pengetahuan) terhadap variabel dependen (keputusan membeli makanan berprotein hewani) adalah sebesar 9,8 %, sedangkan 90,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel 7. Uji Determinasi

Model Summary ^b	
R	R Square
0,313 ^a	0,098

- a. Predictors: (Constant), pengetahuan, sosial, pribadi
b. b. Dependent Variable: jumlah keputusan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.
2. Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.
3. Faktor pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.
4. Faktor sosial, Faktor pribadi dan faktor pengetahuan secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan berprotein hewani.

5. REFERENSI

- [1] S. Hamidah, A. Sartono, and H. S. Kusuma, "Perbedaan Pola Konsumsi Bahan Makanan Sumber Protein di Daerah Pantai, Dataran Rendah dan

- Dataran Tinggi,” *J. Gizi*, pp. 21–28, 2017.
- [2] R. Umaroh and A. Vinantia, “Analisis Konsumsi Protein Hewani pada Rumah Tangga Indonesia Analysis of Animal Protein Consumption in Indonesia Households,” no. 1, pp. 22–32, 2019.
- [3] J. R. Hoffman and M. J. Falvo, “Protein - Which is best?,” *J. Sport. Sci. Med.*, vol. 3, no. 3, pp. 118–130, 2004.
- [4] N. Setiawan, “Perkembangan konsumsi protein hewani di Indonesia : analisis hasil survey sosial ekonomi nasional 2002-2005 (The trend of animal protein consumption in Indonesia : data analysis of 2002-2005 national socio economic survey),” *J. Ilmu Ternak*, vol. 6, no. 1, pp. 68–74, 2006.
- [5] A. Habibie, N. A. Syakarofath, and Z. Anwar, “Peran Religiusitas terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) pada Mahasiswa,” *Gadjah Mada J. Psychol.*, vol. 5, no. 2, p. 129, 2019, doi: 10.22146/gamajop.48948.
- [6] A. Safitri, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengkonsumsi daging halal,” Universitas Diponegoro Semarang, 2013.
- [7] S. Stanislaus and P. E. Pratiwi, “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli Pada Mahasiswa Konsumen Oriflame Di Unnes,” *Intuisi J. Psikol. Ilm.*, vol. 4, no. 2, pp. 89–93, 2018.
- [8] P. B. Widodo, “Reliabilitas Dan Validitas Konstruk Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia,” *J. Psikol. Undip*, vol. 3, no. 1, pp. 1-9–9, 2006, doi: 10.14710/jpu.3.1.1.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 18th ed. Alfabeta. Bandung, 2014.
- [10] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- [11] E. Rohasti and W. D. S. R. H. Ismono, “Penggunaan Daging Sapi Pada Rumah Makan Padang Di Kota Bandar Lampung,” *JIIA*, vol. 5, no. 3, pp. 304–311, 2017.
- [12] E. T. Rahayu, R. Dewanti, and M. A. Long, “Faktor – Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pemilihan Daging Ayam Broiler Sebagai Konsumsi Rumah Tangga di Surakarta (Studi Kasus di Kelurahan Tegalarjo Kecamatan Jebres),” *Sains Peternak.*, vol. 16, no. 1, p. 12, 2018, doi: 10.20961/sainspet.v16i1.14474.
- [13] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta, 2008.
- [14] M. P. Suharto, N. Mulyana, and N. Nurwati, “Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perkembangan Psikososial Anak,” *Focus J. Pekerj. Sos.*, vol. 1, no. 2, p. 135, 2018.
- [15] L. J. Utama, “Analisis Faktor Risiko Konsumsi Pangan Hewani Pada Wanita Dewasa,” *CHMK Heal. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 38–43, 2018.
- [16] R. Handoko, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Transaksi Berjalan Indonesia,” *Kaji. Ekon. dan Keuang.*, vol. 14, no. 4, p. 35, 2015, doi: 10.31685/kek.v14i4.54.
- [17] U. N. Solikah and T. R. Dewi, “Model Tipe Perilaku Konsumen Dalam Membeli Teh Di Kabupaten Sukoharjo,”

AGRONOMIKA, vol. 42, no. 1,
p. 1, 2017.