

**Analisis Preferensi Konsumen
dalam membeli Daging Ayam Broiler
di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta
(Studi Kasus “Pasar Beringharjo, Kota Yogyakarta”)**

Diah Nur Safitri¹ dan Meita Puspa Dewi^{2*}

Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta
Jalan Lowanu No. 47, Sorosutan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta
Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: meita.puspa.d@unu-jogja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni-Juli 2022 di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Sampling dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging ayam broiler di Pasar Beringharjo sebanyak 100, jumlah dihitung menggunakan rumus slovin. Data primer diambil dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara online dengan google form dan offline dengan selebaran kertas kuesioner. Untuk data sekunder diperoleh dari beberapa referensi baik buku ataupun jurnal. Hasil data ditabulasi dan dianalisis menggunakan SPSS. Jawaban untuk tujuan yang pertama yaitu dengan analisis deskriptif. Jawaban untuk tujuan kedua menggunakan Uji *Binominal* dan tujuan ketiga menggunakan Uji *Chochran*. Berdasarkan dari hasil penelitian kali ini karakteristik responden dalam membeli daging ayam broiler yaitu perempuan sebanyak 66%, laki-laki sebanyak 34%. Rata-rata usia 20-29 tahun. Pendidikan terakhir SMA/SMK (Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan). Kebanyakan bekerja karyawan swasta 29% dengan pendapatan 49% yaitu 500-1 juta. Berdasarkan hasil dari uji semua binominal tes semua atribut dianggap penting dalam pertimbangan keputusan yaitu harga, warna, aroma, tekstur, kandungan gizi, manfaat untuk kesehatan, kehalalan, kebersihan, ukuran dan kesegaran. Untuk hasil uji chochran Q sendiri diketahui bahwa Q hitung < Q tabel dimulai dengan 10 atribut sampai dengan tersisa 4 atribut dari perhitungan Q tabel lebih kecil dari Q hitung. Dari 4 atribut yang tersisa antara lain adalah aroma, kebersihan, kehalalan dan kesegaran.

Kata kunci: *daging ayam broiler, konsumen, preferensi konsumen*

ABSTRACT

This study aims to determine consumer preferences in buying broiler chicken meat in the city of Yogyakarta. This research was conducted in June-July 2022 at Beringharjo Market, Yogyakarta. Sampling from this research is 100 consumers who buy broiler chicken meat at Beringharjo Market, the amount is calculated

using the slovin formula. Primary data was taken by distributing questionnaires to respondents online with a google form and offline with a sheet of questionnaire paper. For secondary data obtained from several references both books and journals. The data results were tabulated and analyzed using SPSS. The answer to the first objective is descriptive analysis. The answer for the second goal uses the Binominal Test and the third goal uses the Chochran Test. Based on the results of this study, the characteristics of respondents in buying broiler chicken meat were 66% of women, 34% of men. The average age is 20-29 years. Last education SMA/SMK (High School/Vocational High School). Most work 29% private employees with 49% income that is 500-1 million. Based on the results of all binomial tests, all attributes are considered important in the decision consideration, namely price, color, aroma, texture, nutritional content, health benefits, halalness, cleanliness, size and freshness. For the results of the Chochran Q test itself, it is known that Q count $<$ Q table starts with 10 attributes until the remaining 4 attributes from the calculation of Q table are smaller than Q count. The remaining 4 attributes include aroma, cleanliness, halalness and freshness.

Key words: broiler meat, consumers, consumer preferences.

I. PENDAHULUAN

Daging ayam broiler merupakan komoditas ternak yang paling banyak dikonsumsi dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Daging ayam broiler juga termasuk sebagai makanan bergizi yang sangat populer karena memiliki kandungan protein hewani yang baik bagi pertumbuhan dan kecerdasan manusia. kandungan protein daging ayam broiler mencapai 22,92%, kandungan karbohidrat sekitar 1,2%., lemak 2,5%, kalsium sekitar 13 mg, 60% mineral magnesium, kalium 189 mg, natrium 275 mg dan juga mengandung vitamin A, B1, B3, B6, B12 dan E (Tomi, 2022). Komoditas satu ini juga memiliki tekstur yang lunak, harga yang terjangkau, mudah didapatkan dan sangat mudah diolah. Hal ini menjadikan daging ayam broiler banyak dibutuhkan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Dinyatakan bahwa pada tahun 2020 angka kontribusi daging ayam broiler di Indonesia sendiri telah mencapai 3.219.117 ton (Direktrat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementrian Pertanian Republik Indonesia, 2020). Untuk wilayah Kota Yogyakarta terbukti juga telah terjadi peningkatan produksi daging ayam broiler, pada tahun 2019 awalnya produksi daging ayam broiler hanya sebesar 56.504 ton kemudian meningkat menjadi 56.977 ton

ditahun 2020 (Direktrat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementrian Pertanian Republik Indonesia, 2020). Diduga kebutuhan daging ayam broiler akan terus meningkat jika dilihat dari seberapa besarnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi daging ayam broiler setiap harinya.

Perbedaan preferensi konsumen dalam melakukan pembelian daging ayam broiler ini tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, dalam pembelian daging ayam konsumen cenderung sangat memperhatikan atribut-atribut yang ada pada daging ayam tersebut seperti kesegaran, aroma, tekstur, ukuran sampai dengan harga daging. Menurut (Kotler, 2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk dan harapan-harapan nya. Semua konsumen pasti melakukan pengamatan tentang atribut-atribut yang terdapat pada daging ayam broiler yang akan ia beli guna mendapatkan daging ayam yang sesuai dengan preferensinya masing-masing.

Menurut Santoso (2017) pasar sebagai tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan modern maupun pasar tradisional. Pada wilayah Kota Yogyakarta sendiri Pasar Berinharjo adalah merupakan pasar tradisional yang dikenal dengan kelengkapannya dan paling banyak dipilih untuk menjadi tempat berbelanja. Menurut penelitian dari Kristina (2013) jumlah seluruh pedagang di Pasar Beringharjo sendiri sebesar 6.627 pedagang, namun karena lokasinya berdekatan dengan malioboro yang dimana malioboro ini adalah tempat yang dikenal sebagai tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan, maka pedagang batik khas Jogja lebih mendominasi dibandingkan dengan pedagang daging ayam broiler di Pasar Beringharjo. Menurut sumber data yang diperoleh dari Data Perencanaan Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (2021) produksi daging ayam broiler paling banyak di tahun 2021 yaitu di Kabupaten Sleman dengan produksi daging ayam broiler sebesar 16.259 Ton pertahun. Pada saat peneliti melakukan survei pasar dan memutuskan untuk melakukan survei disalah satu pasar tradisional terbesar di Kabupaten Sleman yaitu Pasar Tradisional Sleman Baru, ternyata pedagang ayam broiler di Pasar Beringharjo yang

berjumlah lebih dari 25 pedagang masih lebih banyak dibandingkan dengan Pasar Tradisional Sleman Baru yang jumlah pedagang ayam broilernya kurang dari 20 pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa di Pasar Tradisional Sleman Baru yang merupakan pasar terbesar dari kabupaten penghasil produksi daging ayam broiler terbanyak jumlah pedagangnya masih dibawah jumlah pedagang ayam broiler di Pasar Beringharjo. Berdasarkan pemaparan diatas maka alasan peneliti memilih Pasar Beringharjo sebagai tempat penelitian yaitu karena di Pasar Beringharjo konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam menemukan preferensi yang sesuai dengan preferensinya masing-masing.

Keragaman atribut dan karakteristik konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian daging ayam broiler sangat bervariasi. Adapun keragaman atribut daging ayam broiler yang dimaksud yaitu seperti harga, aroma, warna dan lain-lain. Untuk keragaman karakteristik konsumen pada umumnya antara lain yaitu usia, jeniskelamin, pekerjaan dan lain sebagainya. Berbagai macam juga dasar pertimbangan yang diperlukan para konsumen untuk dijadikan alasan dalam melakukan pembelian daging ayam broiler. Berdasarkan keterangan diatas peneliti ingin mengetahui seperti apa karakteristik konsumen dalam membeli daging ayam broiler, mengetahui preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler, kemudian mengetahui atribut apa saja yang dijadikan bahan pertimbangan dalam keputusan konsumen sebelum membeli daging ayam broiler, khususnya di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta, maka peneliti bertujuan ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta (Studi Kasus "Pasar Beringharjo, Kota Yogyakarta")".

II. METODE PENELITIAN

Populasi merupakan wilayah penyangkapan yang terjadi atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dipahami sehingga bisa menghasilkan sebuah kesimpulan (Sugiono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Yogyakarta Khususnya pengonsumsi daging ayam broiler. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan data yang matang, rinci dan mengakar sehingga memperoleh hasil yang valid dan menyeluruh (Sugiyono, 2012). pengambilan sampel dengan metode ini sesuai dengan kriteri rumus yang sudah terlebih dahulu dirumuskan oleh peneliti khusus untuk pengambilan data di Pasar Beringharjo. Alasan memilih teknik *purposive sampling* adalah agar bisa mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan bisa menghasilkan sampel yang logis sehingga dapat dianggap mewakili populasi.

Sampel merupakan komponen dari populasi yang diharapkan bisa mewakili populasi dalam sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2012) sampel ialah komponen yang berasal dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki. Teknik pengambilan sampel menggunakan *teknik nonprobability* atau *sampling insidental* yang mana pengambilan sampel berdasarkan kebetulan/*incidental*, responden yang ditemukan secara kebetulan oleh peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Data primer yang di lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara kebetulan (*sampling insidental*) sedangkan untuk data sekunder didapat dari beberapa sumber refrensi seperti jurnal dan buku. Data yang telah didapat selanjutnya ditabulasi dan dianalisis dengan alat bantu berupa SPSS.

Terdapat 10 atribut yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu harga, aroma, warna, tekstur, manfaat untuk kesehatan, kandungan gizi, kebersihan, kehalalan, kesegaran dan ukuran. Untuk mengetahui apa saja atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli daging ayam broiler, maka akan dilakukan analisis uji binominal, untuk menganalisis data berikut adalah rumus uji binominal (Sugiono, 2000) :

$$p^{(x)} = \binom{n}{x} \quad (3.2)$$

Diketahui :

N = jumlah pengamatan

X = jawaban konsumen

P = probabilitas jawaban ya

Q = probabilitas jawaban tidak

$$p^{(x)} = \binom{n}{x}$$

Untuk mengetahui atribut yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam pembelian daging ayam broiler, penguji akan menggunakan uji Cochran's Q. menurut (suliyanto (2014) uji chochran's Q adalah model pengolahan data guna menguji K sample yang berpasangan dengan data yang berskala nominal. Berikut adalah rumus uji chochran's Q :

$$Q = \frac{(k-1)[k\sum_j^k c_j^2 - (\sum_j^k c_j)^2]}{k\sum_i^k R_i - \sum_i^k R_i^2} \quad (3.3)$$

Diketahui:

Q = Nilai Cochran's Q Test

K = Banyaknya Atribut Yang Diuji

Ri = Jumlah Yang Sukses (Menjawab YA) Pada Atribut Ke-I Dengan A= 0,05

Dan Derajat Kebebasan (Dk) = K-1

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penelitian, diketahui bahwa Jenis kelamin adalah salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dijumpai yaitu sebesar 66 persen dibandingkan dengan responden laki-laki yang hanya sebesar 34 persen. Hal ini membuktikan bahwa dalam memenuhi keperluan rumah tangga khususnya untuk kebutuhan dapur ditentukan oleh perempuan. Hal ini disebabkan karena dalam berumah tangga perempuan kebanyakan memiliki tanggung jawab dalam menghidangkan dan membeli kebutuhan pangan sehari-hari dibandingkan dengan laki-laki.

Usia mewujudkan karakteristik yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk, dari berbagai usia konsumen akan mengkonsumsi produk yang berbeda. Seperti yang terdapat pada Tabel 1 terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian kali ini

berusia 20-29 tahun, yaitu sebanyak 76 persen. Hal ini membuktikan bahwa usia ini merupakan usia kerja efektif (15-64 tahun) dimana konsumen masih memiliki kemampuan untuk bekerja sehingga cenderung lebih bijaksana dalam mengambil keputusan untuk membeli daging ayam broiler. Pada usia produktif serapan informasi yang dapat diterima seseorang akan semakin mudah, contohnya pengetahuan tentang kepentingan gizi seperti apa yang baik bagi tubuh dan bisa didapatkan dari sebuah produk yang akan ia konsumsi (Putong *et al.*, 2020).

Tingkat pendidikan ialah karakteristik yang dapat menunjukkan bagaimana penerimaan seseorang terhadap sebuah wawasan dan berita. Pada Tabel 4.1 meyakinkan bahwa jenjang pendidikan terbanyak ada pada jenjang SMA (sekolah menengah atas)/SMK (sekolah menengah kejuruan) dengan jumlah 72 persen. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata tingkat pendidikan seseorang dapat sangat mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk. Hal ini disebabkan oleh pengaruh tingkat pendidikan seseorang karena banyaknya kebutuhan yang ingin seseorang penuhi menyesuaikan dengan tingkat pendidikannya (Osak *et al.*, 2014).

Pekerjaan merupakan salah satu karakteristik yang juga cukup mempengaruhi dimana pendapatan dalam setiap profesi yang berbeda-beda akan menghasilkan keputusan konsumen yang berbeda-beda juga dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Pada Tabel 1 diketahui bahwa responden terbanyak adalah karyawan swasta yaitu sebesar 29 persen. Hal ini dikarenakan para karyawan swasta yang kebanyakan juga berprofesi sebagai ibu rumah tangga yang mana seorang ibu rumah tangga memiliki andil lebih besar dalam keputusan pembelian bahan makanan sehari-hari. Pekerjaan sangat mempengaruhi seseorang dalam pembelian barang dan jasa (Utami, 2015). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat diketahui bahwa pekerjaan memiliki peranan penting dalam kehidupan, karena besarnya pendapatan dari sebuah pekerjaan dapat menentukan kemampuan seseorang dalam membeli kebutuhan hidup sehari-hari.

Pendapatan menentukan daya beli konsumen dalam memutuskan pembelian produk. Dilihat dari tabel 1 menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan 500 ribu-1 juta per bulan menduduki peringkat terbanyak dengan total 49 persen. Hal ini dikarenakan daging ayam broiler yang dijual di pasar tradisional merupakan komoditas daging ayam yang harganya masih mudah dijangkau oleh konsumen dengan penghasilan 500 ribu-1 juta per bulan. Menurut Danil (2013), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tingginya pengeluaran konsumsi bergantung pada besarnya pendapatan seseorang.

Tabel 1. Atribut Penelitian

No.	Atribut	Penilaian	
		Ya	Tidak
1	Harga	77	23
2	Aroma	90	10
3	Warna	86	14
4	Tekstur	81	19
5	Manfaat	86	14
6	Gizi	88	12
7	Kehalalan	94	6
8	Kebersihan	93	7
9	Kesegaran	97	3
10	Ukuran	72	28
	Total	864	136

Sumber : Data Primer (2021)

Tabel 4.5 memaparkan apa saja atribut yang menjadi pertimbangan sangat penting guna mendapatkan data preferensi konsumen daging ayam broiler, atribut tersebut dibutuhkan untuk mengetahui apa atribut yang paling dijadikan pertimbangan konsumen dalam pembelian sebuah produk. Pada tabel 4.5 menjelaskan bahwa dari 100 responden yang memilih jawaban “Ya” terdapat 77 responden yang memperhatikan harga, 90 responden memperhatikan aroma, 86 responden memperhatikan warna, 81 responden memperhatikan tekstur, 86 responden memperhatikan manfaat bagi kesehatan, 88 responden memperhatikan kandungan gizi, 94 responden memperhatikan kehalalan, 93 responden memperhatikan kebersihan, 97 responden memperhatikan kesegaran dan 72 responden memperhatikan ukuran.

B. Uji Binominal

Uji binominal biasanya dilakukan guna untuk memperoleh hasil tujuan kedua untuk mengetahui faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam keputusan pertimbangan konsumen. Berikut adalah factor factor yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam membeli daging ayam broiler, menggunakan metode spss dengan analisis uji binominal. Hasil uji binomial dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Uji Binominal

Binomial Test					
Atribut	Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (2-tailed)
Harga	ya	77	.77	.50	<.001
	tidak	23	.23		
		100	1.00		
Warna	ya	86	.86	.50	<.001
	tidak	14	.14		
		100	1.00		
Aroma	ya	90	.90	.50	<.001
	tidak	10	.10		
		100	1.00		
Tekstur	ya	81	.81	.50	<.001
	tidak	19	.19		
		100	1.00		
Gizi	tidak	12	.12	.50	<.001
	ya	88	.88		
		100	1.00		
Manfaat	ya	86	.86	.50	<.001
	tidak	14	.14		
		100	1.00		
Ukuran	ya	72	.72	.50	<.001
	tidak	28	.28		
		100	1.00		
Kebersihan	ya	93	.93	.50	<.001
	tidak	7	.07		
		100	1.00		
Kehalalan	ya	94	.94	.50	<.001
	tidak	6	.06		
		100	1.00		
Kesegaran	ya	97	.97	.50	<.001
	Tidak	3	.03		
		100	1.00		

Tabel 2 menyatakan bahwa hasil binominal pada konsumen yang mengkonsumsi daging ayam broiler. Nilai signifikan tidak lebih dari 0,05. Maka atribut yang menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian daging ayam broiler yaitu harga, aroma, warna, tekstur, gizi, manfaat, ukuran, kebersihan, kehalalan dan kesegaran. Hal ini menyimpulkan bahwa semua atribut signifikan sehingga semua atribut menjadi keutamaan dalam pertimbangan konsumen dan semua atribut dianggap penting bagi konsumen.

C. Uji Cochran Q

Pada Kuesioner Uji Cochran Q ini biasanya menggunakan pertanyaan tertutup seperti Ya atau Tidak pada responden. Ketentuan pengujianya yaitu apabila Q hitung lebih besar atau serupa dengan nilai tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Sugiono, 2015)

Hipotesis yang diuji yaitu:

H_0 : Semua atribut yang diuji memiliki perbandingan jawaban Ya yang sama

H_a : Semua atribut yang diuji memiliki Perbandingan jawaban Ya yang berbeda dengan ketentuan tolak H_0 jadi Q hitung $>$ Q tabel dan terima H_0 Jika Q hitung $<$ Q tabel.

$$Q = \frac{(k-1)[k\sum_j^k c_j^2 - (\sum_j^k c_j)^2]}{k\sum_i^p R_i - \sum_i^p R_i^2} \quad (4.1)$$

Langkah dalam melakukan Uji Cochran Q yaitu dengan menentukan hipotesis H_0 dan H_a yang diuji, mencari Q dengan menggunakan rumus Cochran Q dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $(dk) = k-1$. H_0 berarti Tidak dan H_a berarti Ya. Dimana Q = nilai Cochran Q Test, K = banyaknya jumlah atribut yang diuji, R_i = jumlah jawaban ya pada atribut ke-I dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $(dk) = k-1$.

Tabel 3. Pengujian 7

Frequencies		
Atribut	Value	
	0	1
Aroma	10	90
Kebersihan	7	93
Kehalalan	6	94
Kesegaran	3	97
Test Statistics		
N	100	
Cochran's Q	6.818 ^a	
Df	3	
Asymp. Sig.	.078	

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil dari pengujian dinyatakan bahwa Q hitung (6,818) < Q tabel (7,81) maka diterima Ho. Tabel 3 menjelaskan bahwa hasil dari pengujian ke 7 dari atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler yaitu meliputi aroma, kebersihan, kehalalan dan kesegaran. Berdasarkan dari hasil pengujian ke 7 ini menyatakan bahwa Q hitung lebih kecil dari Q tabel maka dapat disimpulkan diterima Ho.

IV. V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian kali ini karakteristik responden dalam membeli daging ayam broiler yaitu perempuan sebanyak 66%, laki-laki sebanyak 34%. Rata-rata usia 20-29 tahun. Pendidikan terakhir SMA/SMK (Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan). Kebanyakan bekerja karyawan swasta 29% dengan pendapatan 49% yaitu Rp500.000-Rp1.000.000.,

Preferensi konsumen merupakan salah satu pertimbangan penting dalam pembelian daging ayam broiler. Berdasarkan hasil dari uji semua binominal tes semua atribut dianggap penting dalam pertimbangan keputusan yaitu harga, warna, aroma, tekstur, kandungan gizi, manfaat untuk kesehatan, kehalalan, kebersihan, ukuran dan kesegaran.

Untuk hasil uji chochran Q sendiri diketahui bahwa Q hitung < Q tabel dimulai dengan 10 atribut sampai dengan tersisa 4 atribut dari perhitungan Q tabel lebih kecil dari Q hitung. Dari 4 atribut yang tersisa antara lain adalah aroma, kebersihan, kehalalan dan kesegaran.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, konsumen diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan terkait daging ayam broiler yang dikonsumsi dan diharapkan juga dapat lebih teliti dalam memilih produk yang akan dibeli, sedangkan untuk pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan membangun fasilitas yang lebih menarik serta lebih nyaman guna menyeimbangkan daya saing pasar modern yang saat ini mulai menggeser minat masyarakat dalam membeli perlengkapan kebutuhan hidup. Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait preferensi konsumen daging ayam pada dua pasar yaitu pasar modern dan selanjutnya pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. A., Mahfudz, L. D., dan Sunarti, D. (2017). Kadar Lemak dan Protein Karkas Ayam Broiler Akibat Penggunaan Tepung Limbah Wortel (*Daucus carota L.*) dalam Ransum Fat and Protein Contents of Carcass Broiler due to the Use of Waste Carrot Meal in the Diet N. A. Azizah, L. D. Mahfudz dan D. Sunarti. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 12(4), 389–396.
- Perencanaan Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta 2021. Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, dari http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/171-peternakan.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Statistik Peternakan 2020. Jakarta: Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Jaelani, A., & Dharmawati, S. (2014). *Berbagai lama penyimpanan daging ayam broiler segar dalam kemasan plastik pada lemari es (suhu 4. 39, 119–128*.
- Kirana Ayu, Agus Setiadi, T. E. (2020). *Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional kota Semarang, Jawa Tengah*. 38(2).

- Kristina Pertiwi. 2013. Landasan konseptual Perencanaan dan Perancangan peremajaan Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Osak, R. A. F., Paneleween, V. V. J., Pandey, J., & Lumenta, I. D. R. (2014). Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Terhadap Konsumen Daging. *Alumni Fakultas Peternakan Unsrat. Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Salah satu upaya meningkatkan konsumsi protein asal ternak adalah meningkatkan kontribusi produksi peternakan baik berupa da.* 3(2), 10–17.
- Santoso, T. M. (2017). Revitalisasi Pasar Johar Semarang dengan pendekatan Arsitektur Indische. Skripsi S-1. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya
- Tomi (2022). Kandungan Gizi ayam Potong dan Manfaatnya. Diakses 13 Agustus 2022, dari <https://chickin.id/blog/kandungan-gizi-daging-ayam-broiler/>
- Phalepi, R, Hafid, H., dan Indi, A. (2015). Bobot Akhir Persentase Karkas dari Lemak Abnominal Ayam Broiler dengan Pemberian Ekstrak Daun Sirih (Piper betle) dalam air Minum. *Ilmu Dan Teknologi Peternakan*, 2(3).
- Putong, m. a., kalangi, j. k. j., massie, m. t., dan lumi, t. f. d. (2020). Jurnal Zootec. *Zootec*, 40(1), 143–149.
- Umiarti, A. T. 2020. Manajemen Pemeliharaan Broiler. Pustaka Larasan. Bali. 1–70 hal.
- Utami, S. (2015). Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115759.