

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMBELI DAGING SAPI
(Studi Kasus : Di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan)**

Rahma Sari Siregar

Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Pertanian Universitas Medan Area

Email : siregarrahmasari@yahoo.co.id

ABSTRACT

Livestock sub-sector is part of the agricultural sector. Livestock sub-sector has a strategic role in the lives of human resource development as well as the Indonesian economy. This role can be seen from the function of farm products as a provider of animal protein is essential for the development and growth of the human body. One animal products that provide high protein are beef and also, has a relatively expensive price and demand for beef is also high, especially in Medan.

The purpose of this study was to determine the factors that influence consumer behavior in buying beef in the market district of Medan Petisah. The sampling method is done by purposive sampling method. Respondents in this study is the household customers who are buying beef in Petisah Market. Samples taken are as many as 60. The data collected primary and secondary data. The results showed that the factors that influence consumer behavior in buying beef is affected by the variable needs and situation of purchase, this can be seen from the t-test for the variable needs of consumers of beef amounted to 12 591 larger than t-table is 1671 and for situation variable purchase 3,483 t count larger than t-table is 1,671.

Keyword: Consumer behavior, needs, purchasing situation.

A. PENDAHULUAN

Pembangunan nasional Indonesia dalam sub sektor peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian. Sub sektor peternakan memiliki peranan yang strategis dalam kehidupan pembangunan sumber daya manusia maupun perekonomian Indonesia. Peranan ini dapat dilihat dari fungsi produk peternakan sebagai penyedia protein hewani yang penting bagi perkembangan dan pertumbuhan tubuh manusia (Veronika,S. 2008).

Pembangunan sub sektor peternakan yang semakin meningkat sejalan dengan peningkatan pendapatan masyarakat menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap konsumsi bahan makanan sumber protein khususnya protein hewani seperti produk peternakan. Hadi dan Ilham dalam Wijayanti (2011) menyatakan meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging sapi secara nasional terus meningkat.

Daging merupakan sumber nutrisi yang berkualitas bagi manusia terutama sebagai sumber protein. Selain kandungan proteinnya yang tinggi, juga memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas protein dapat dilihat dari komposisi Tabel 1. Komposisi Kandungan Gizi Daging Sapi di Bandung Daging yang Lain.

asam amino penyusun dan daya cerna protein yang menentukan ketersediaan asam amino secara biologis. Daging adalah salah satu hasil ternak yang dapat diolah dengan berbagai macam teknik pengolahan. Daging dapat diolah dengan cara dimasak, digoreng, dipanggang, disate, diasap atau diolah menjadi produk seperti sosis, bakso, abon dan dendeng serta daging panggang.

Pengolahan bahan makanan dilakukan dengan berbagai tujuan, diantaranya memperpanjang masa simpan, meningkatkan nilai tambah, meningkatkan nilai gizi, meningkatkan penerimaan terhadap produk dan menganeekaragamkan produk olahan pangan. Selain memenuhi tujuan-tujuan tersebut, proses pengolahan dan pemasakan pun dapat meningkatkan daya cerna protein, akan tetapi di satu sisi dapat pula menurunkan nilai gizi proteinnya. Peningkatan daya cerna protein pada proses pemasakan dapat terjadi sebagai akibat terdenaturasinya protein dan inaktivasi senyawa-senyawa antinutrisi (Dalilah E, 2006).

Daging sapi merupakan bahan pangan hewani yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat karena rasanya yang lezat dan bergizi tinggi.

Jenis Daging	Protein (Gram)	Air (Gram)	Lemak (Gram)
Daging Sapi	21,5	69,5	8,0
Daging Ayam	20,6	73,7	4,7
Daging Kambing	19,5	71,5	7,0

Sumber : Diktat Pengetahuan Bahan Pangan diakses Tahun 2016.

Daging sapi mengandung protein sebesar 21,5 gram, air sebesar 69,5 gram, dan juga lemak sebesar 8,0 gram. Kandungan protein yang terdapat pada daging sapi terlihat lebih banyak dibanding yang terdapat pada daging ayam dan juga daging kambing. Daging ayam mengandung protein sebesar 20,6 gram, air sebesar 73,7 gram, dan lemak sebesar 4,7 gram. Sedangkan daging kambing mengandung protein sebesar 19,5 gram, air sebesar 71,5 gram dan juga lemak sebesar 7,0 gram. Kebutuhan akan protein yang terkandung dalam daging sapi tersebut yang mendasari masyarakat untuk mengkonsumsi daging sapi. Konsumen dalam membeli daging sapi memperhatikan kriteria atau ciri-ciri yang melekat pada daging sapi untuk dapat di konsumsi. Menurut Risang M (2011) ciri-ciri daging sapi segar dan dapat di konsumsi oleh konsumen untuk bahan makanan adalah (1) warna daging sapi merah terang, (2) berserat halus dengan sedikit lemak, (3) dalam pemilihan daging sapi memilih daging yang berkonsistensi liat/kenyal, serta yang (4) bau dan rasa aromatis (baunya yang tidak terlalu amis, segar, dan rasanya gurih) serta permukaannya mengkilat.

Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat akan kebutuhan pangan yang bergizi seperti daging sapi menyebabkan permintaan masyarakat akan daging sapi meningkat tiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari populasi hewan ternak sapi di Indonesia khususnya daerah Sumatera Utara tiap tahunnya mengalami peningkatan. Berdasarkan data Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2014, bahwa populasi ternak sapi selama periode 2004 sampai dengan 2013 mengalami peningkatan. Pada tahun 2004 populasi ternak sapi yaitu sebesar 248.971 ekor, semakin meningkat hingga pada tahun 2012 yaitu sebesar 609.951 ekor meskipun pada tahun 2013 sedikit mengalami penurunan yaitu sebesar 523.277 ekor. Hal ini secara lengkap dapat dilihat pada lampiran grafik 1.

Sejalan dengan data populasi ternak sapi pada periode 2014-2013 hal yang sama juga menunjukkan bahwa ternak yang dipotong mengalami peningkatan tiap tahunnya. Berdasarkan data Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara ternak sapi yang dipotong pada tahun 2003 yaitu sebesar 37.091 ekor mengalami peningkatan hingga pada tahun 2012 yaitu sebesar 131.656 ekor meskipun pada tahun 2013 sedikit menurun yaitu sebesar 98.928 ekor mengingat populasi ternak sapi pada tahun yang sama juga mengalami penurunan. Hal ini secara lengkap dapat dilihat pada lampiran grafik 2.

Produksi daging sapi selama periode 2007 sampai dengan tahun 2014 juga mengalami peningkatan. Berdasarkan data Dinas Peternakan Sumatera Utara tahun 2014 menunjukkan bahwa produksi daging sapi pada tahun 2007 yaitu sebesar 9.341 ton, meningkat hingga pada tahun 2014 yaitu sebesar 25.696 ton. Hal ini secara lengkap dapat dilihat pada lampiran grafik 3.

Produksi daging sapi yang semakin meningkat sejalan dengan jumlah konsumsi daging sapi rumah tangga perkapita di Sumatera Utara pada tahun 2004 sampai dengan tahun 2014 yang mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat secara lengkap pada lampiran grafik 4). Pada tahun 2004 konsumsi daging sapi yaitu sebesar 0.58 Kg/KPT/Tahun, mengalami peningkatan hingga pada tahun 2014 yaitu sebesar 1.65 Kg/KPT/Tahun, akan tetapi pada tahun 2013 konsumsi daging sapi sedikit mengalami penurunan yaitu sebesar 1.38 Kg/KPT/Tahun. (Dinas Peternakan Sumatera Utara 2014)

Harga daging sapi di Sumatera Utara dari tahun ke tahun pada kenyataannya mengalami kenaikan, tetapi hal ini tidak mempengaruhi jumlah konsumsi daging sapi yang terus meningkat seperti pada data lampiran grafik 4. Kenaikan harga daging sapi di pengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya sangat berhubungan erat dengan permintaan, jumlah pasokan yang berkurang, serta impor dan harga daging sapi juga yang berlaku di pasar Internasional. Kenaikan permintaan komoditas daging sapi sangat signifikan pada saat menghadapi hari besar keagamaan nasional dan berpotensi pada harga daging sapi menjadi naik apabila tidak diimbangi dengan pasokan yang cukup maka lonjakan kenaikan harga daging sapi akan meningkat tajam.

Dalam Medan Ekonomi dan Bisnis melalui situs online pada bulan Januari 2016, harga daging sapi di Kota Medan masih tinggi sejak Natal 2015 hingga kini masih di kisaran Rp. 120.000 per kilogram. Berdasarkan pantauan Waspada Online di Medan di beberapa Pasar Tradisional harga daging sapi cukup tinggi, seperti di Pasar Petisah Medan, dimana harga daging sapi di kisaran Rp. 105.000 per kilogram. Kenaikan harga jual daging sapi mengakibatkan minat beli masyarakat juga semakin berkurang. Mengingat Pasar Petisah merupakan salah satu pasar yang berpotensi dalam pemasaran daging sapi dan para konsumen juga banyak yang berbelanja di Pasar Petisah sehingga dapat dijadikan salah satu tempat penelitian untuk meneliti perilaku konsumen daging sapi.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU

Perilaku konsumen dalam membeli daging sapi adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan menghabiskan daging sapi termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Maka hal ini yang melatarbelakangi untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka identifikasi penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah.

B. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (*kuesioner*) kepada pelanggan (konsumen) daging sapi dilokasi penelitian. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

Alasan memilih lokasi penelitian tersebut karena pasar petisah merupakan pasar yang terluas ke-2 dan memiliki jumlah pedagang terbanyak di antara semua pasar tradisional di Kota Medan.

Populasi penelitian adalah konsumen yang berbelanja daging sapi di lokasi penelitian dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan responden yang merupakan konsumen yang sedang berbelanja di lokasi penelitian. Kriteria sampel untuk konsumen tersebut merupakan pelanggan rumah tangga yang berbelanja pada saat penelitian.

Berdasarkan pencatatan data dari Pusat pasar Petisah tahun 2014 diperoleh hasil bahwa jumlah pedagang daging sapi yaitu sebesar 30 pedagang. Dengan metode sensus 30 pedagang sapi tersebut digunakan untuk menentukan sampel penelitian, dengan asumsi bahwa pelanggan daging sapi tidak bisa diukur, maka ditetapkan pelanggan yang menjadi sampel adalah pelanggan yang merupakan pembeli rumah tangga. Pelanggan dari 30 pedagang daging sapi tersebut akan dijadikan sampel yang dilakukan secara acak dengan mengambil

sampel 2 konsumen pelanggan rumah tangga dari masing-masing pedagang daging sapi, sehingga diperoleh 60 sampel.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi daging sapi yang di analisis dengan model regresi linier berganda dengan Model analisis linear berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumen

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ = Koefisien Regresi

X_1 = Keluarga

X_2 = Motivasi

X_3 = Kelompok usia

X_4 = Kebiasaan

X_5 = Situasi Kebutuhan

X_6 = Situasi Pembelian

e = Standar Error

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi

Pedagang yang ada di Pasar Petisah berasal dari berbagai tempat tinggal di Kota Medan. Jumlah pedagang daging sapi adalah sebanyak 30 pedagang dimana rata-rata penjual adalah kaum pria. Strategi pedagang daging sapi di Pasar Petisah adalah dengan menyesuaikan harga dengan kualitas daging yang dijual sehingga konsumen merasa nyaman berbelanja di Pasar Petisah.

Berdasarkan hasil penelitian daging sapi yang dijual di Pasar Petisah bermacam-macam harga mulai dari Rp. 105.000/kg sampai dengan Rp. 120.000/ kg, karena tergantung kualitas yang di jual, pedagang biasanya memperoleh daging sapi dari rumah potong hewan (RPH).

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 18. Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis apakah variabel terikat berpengaruh terhadap variabel bebas. Menurut Sugianto (2004) analisis linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*devenden*).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah sebagai variabel terikat yaitu perilaku konsumen (Y) dan sebagai variabel bebas yaitu keluarga (X₁), motivasi (X₂), kelompok usia (X₃), kebiasaan (X₄),

situasi kebutuhan (X₅) dan situasi pembelian (X₆). Berdasarkan uji SPSS 18 maka secara lengkap hasil regresi dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 2. Interpretasi Hasil Perilaku Konsumen Dalam Membeli Daging sapi

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikansi
Constanta	0.373	3.490	0.001
X ₁ = Keluarga	0.006	0.651	0.518
X ₂ = Motivasi	0.002	1.947	0.057
X ₃ =Kelompok Usia	-0.019	-1.938	0.058
X ₄ = Kebiasaan	0.003	0.140	0.889
X ₅ =Situasi Kebutuhan	1.101	12.591	0.000
X ₆ =Situasi Pembelian	0.254	3.483	0.001
e = Error			
R- Square	0.789		
F- Hitung	34.874		
t-tabel (0,05)	1.671		

Sumber : Data Primer Diolah 2016.

Berdasarkan hasil pada tabel 8 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda dari perilaku konsumen sebagai berikut :

$$Y = 0,373+ 0.006X_1+ 0.002X_2 - 0.019X_3+ 0.003X_4 + 1.101X_5+ 0.254X_6+ e$$

dengan Interpretasi sebagai berikut :

1. Keluarga (X₁)

Koefisien keluarga X₁ adalah sebesar 0.006 yang artinya setiap penambahan tingkat keluarga (karena tanda +) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi meningkat sebesar 0.006.

2. Motivasi (X₂)

Koefisien motivasi X₂ adalah sebesar 0.002 yang artinya setiap penambahan tingkat motivasi (karena tanda +) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi meningkat sebesar 0.002.

3. Kelompok Usia (X₃)

Koefisien kelompok usia X₃ adalah sebesar - 0.019 yang artinya setiap penambahan tingkat kelompok usia (karena tanda -) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi berkurang sebesar 0.019.

4. Kebiasaan (X₄)

Koefisien kebiasaan X₄ adalah sebesar 0.003 yang artinya setiap penambahan tingkat kebiasaan (karena tanda +) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi meningkat sebesar 0.003.

5. Situasi Kebutuhan (X₅)

Koefisien situasi kebutuhan X₅ adalah sebesar 1.101 yang artinya setiap penambahan tingkat situasi kebutuhan (karena tanda +) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi meningkat sebesar 1.101.

6. Situasi Pembelian (X₆)

Koefisien situasi pembelian X₆ adalah sebesar 0.254 yang artinya setiap penambahan

tingkat situasi pembelian (karena tanda +) maka perilaku konsumen dalam membeli daging sapi meningkat sebesar 0.254.

Pengujian Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 8 interpretasi hasil perilaku konsumen dalam membeli daging sapi dapat dilihat angka R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,789 nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas yaitu variabel keluarga, motivasi, kelompok usia, kebiasaan, situasi kebutuhan dan situasi pembelian yaitu sebesar 78,9 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 21,1 % merupakan pengaruh dari faktor-faktor penyebab lainnya yang berasal dari luar model regresi ini.

Uji F (Uji Serempak)

Pengujian parameter secara serentak dilakukan untuk menguji seluruh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumen dalam membeli daging sapi. Uji ini membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} atau dari perbandingan probabilitasnya (sig < α), dengan ketentuan :

Ho : Variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

H₁ : Variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

Berdasarkan dari hasil uji Anova atau F test pada tabel 8 dapat dilihat, adalah sebesar 34.874 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alpha (α) 0,005 atau 5 %. Hal ini berarti adanya pengaruh bersama antara keluarga, motivasi, kelompok usia,

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU

kebiasaan, situasi kebutuhan, dan situasi pembelian terhadap perilaku konsumen dalam membeli daging sapi.

Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat variabel-variabel bebas yang digunakan secara parsial berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Pasar Petisah. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan melihat perbandingan probabilitasnya ($\text{sig} < \alpha$) jika:

H_0 : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat

H_1 : Variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat.

1. Keluarga (X_1)

Berdasarkan hasil analisis regresi keluarga X_1 , diperoleh t_{hitung} bernilai 0.651 lebih kecil dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada pengaruh yang nyata antara keluarga dengan perilaku konsumen daging sapi. Hal ini disebabkan karena konsumsi daging sapi tidak didasarkan pada jumlah anggota keluarga tetapi kebutuhan keluarga terhadap daging sapi. Berdasarkan hasil penelitian dari responden menyatakan bahwa tidak semua keluarga konsumen menyukai daging sapi. Hal ini sebabkan karena kebutuhan akan daging sapi tidak didasarkan pada keluarga, akan tetapi karena kebutuhan seseorang untuk mengkonsumsi daging sapi.

Hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Petisah berbanding terbalik dengan pernyataan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008) yang menyatakan bahwa keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen.

2. Motivasi (X_2)

Berdasarkan hasil analisis regresi motivasi X_2 , diperoleh t_{hitung} bernilai -1.947 lebih kecil dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada pengaruh yang nyata antara motivasi dengan perilaku konsumen daging sapi.

Hal ini disebabkan karena tidak semua konsumen membeli daging sapi karena adanya dorongan tetapi karena adanya kebutuhan. Berdasarkan hasil penelitian di pasar petisah menunjukkan bahwa hal tersebut tidak sejalan dengan pernyataan menurut Handoko (2001)

motivasi adalah suatu keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan.

1. Kelompok Usia (X_3)

Berdasarkan hasil analisis regresi kelompok usia X_3 , diperoleh t_{hitung} bernilai -1.938 lebih kecil dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang nyata antara kelompok usia dengan perilaku konsumen daging sapi. Hal ini disebabkan karena konsumen dalam membeli daging sapi tidak didasarkan pada faktor usia. Berdasarkan hasil kuisioner diketahui bahwa alasan konsumen membeli daging sapi tidak didasarkan pada usia akan tetapi karena kebutuhan untuk mengkonsumsinya. Hal ini sejalan dengan pernyataan menurut Wijayanti (2011), orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka, kebutuhan dan kesukaan seseorang akan berubah sesuai dengan usia .

2. Kebiasaan (X_4)

Berdasarkan hasil analisis regresi kebiasaan X_4 , diperoleh t_{hitung} bernilai 0.140 lebih kecil dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang nyata antara kebiasaan dengan perilaku konsumen. Hal ini disebabkan karena kebiasaan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang tidak stabil. Kebiasaan merupakan suatu proses dimana konsumen akan berulang kali membeli apa yang telah memberi kepuasan terbaik kepadanya. Daging sapi merupakan salah satu barang substitusi dimana daging sapi bisa digantikan dengan daging hewan lain seperti daging ayam. Konsumen daging sapi biasanya membeli daging sapi bukan karena suatu kebiasaan akan tetapi di beli untuk kebutuhan dimana konsumen melihat kandungan gizi yang terdapat pada daging sapi. Berdasarkan hasil kuisioner diketahui bahwa konsumen dalam membeli daging sapi tidak didasarkan pada kebiasaan.

3. Situasi Kebutuhan (X_5)

Berdasarkan hasil analisis regresi kebiasaan X_5 , diperoleh t_{hitung} bernilai 12.591 lebih besar dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh yang nyata antara situasi kebutuhan dengan perilaku konsumen daging sapi. Situasi kebutuhan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi karena setiap pembelian didasarkan pada adanya suatu pemenuhan kebutuhan yang harus dipenuhi. Berdasarkan data di lapangan diketahui bahwa alasan

konsumen membeli daging sapi adalah karena merupakan salah satu kebutuhan. Hal ini didukung pada saat penelitian yang dilakukan bulan Mei sampai bulan Juli. Dimana bulan tersebut sudah memasuki bulan puasa, sehingga permintaan daging sapi meningkat yang disebabkan oleh kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi daging sapi saat menjelang bulan puasa bahkan hingga menjelang lebaran Idul Fitri.

Hal ini sejalan dengan pernyataan menurut Schiffman dan Kanuk (2007) salah satu hal yang merupakan faktor yang mendorong munculnya tindakan pembelian yang dilakukan konsumen adalah adanya kebutuhan. Pada dasarnya kebutuhan tersebut muncul karena adanya sejumlah hasrat yang harus terpenuhi dengan alat pemuas kebutuhan.

4. Situasi Pembelian (X_6)

Berdasarkan hasil analisis regresi kebiasaan X_6 , diperoleh t_{hitung} bernilai 3.483 lebih besar dari t_{tabel} 1.671, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh yang nyata antara situasi pembelian dengan perilaku konsumen daging sapi.

Situasi pembelian adalah lingkungan atau suasana yang dialami atau dihadapi konsumen ketika membeli produk. Berdasarkan hasil kuisioner dari penelitian yang telah dilakukan bahwa konsumen daging sapi membeli daging berdasarkan kenyamanan lokasi dan juga konsumen memperoleh suatu barang karena dekat dengan tempat tinggalnya. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Petisah sejalan dengan pernyataan menurut Mowen J.C. (2001) situasi pembelian merupakan beberapa aktifitas lain yang diperlukan dalam menentukan perilaku konsumen seperti pemilihan toko, penentuan kapan akan membeli, dan kemungkinan finansialnya. Setelah konsumen menemukan tempat yang sesuai, waktu yang tepat, dan dengan dukungan oleh daya beli maka kegiatan pembelian dilakukan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah Kota bahwa variabel situasi kebutuhan dan situasi pembelian secara individu memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan. Sedangkan variabel keluarga, kelompok usia, motivasi dan kebiasaan tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen dalam membeli

daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah.

Kepada produsen agar memperhatikan variabel keluarga, motivasi, kelompok usia dan kebiasaan dari konsumen daging sapi dalam mempengaruhi perilaku konsumen, karena perilaku ini dapat membentuk strategi pemasaran yang tepat nantinya agar produsen bisa meningkatkan pendapatan dalam memasarkan produk daging sapi dipasar tradisional Kota Medan khususnya Pasar Petisah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2006. *Pengemukan Sapi Potong*. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Afrani A, Salmiah, Jufri M, 2003. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dalam Mengkonsumsi Cabai Merah*. Universitas Sumatera Utara.
- Astawan, M. 2004. *Mengapa Kita Perlu Makan Daging?* <http://www.giji.net>. Diakses tanggal 12 Maret 2008.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Produksi Daging Ternak Sapi Sumatera Utara*. Medan.
- Blakedy, J dan Bade, D H. 1998. *Ilmu Peternakan UGM Press*. Yogyakarta.
- Chasanah, N.2010. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Susu Instan di Pasar Modern Kota Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Fakultas Pertanian.
- Dalilah, E. 2006. *Evaluasi Nilai Gizi dan Karakteristik Protein Daging Sapi dan Hasil Olahannya*. Institut Pertanian Bogor.
- Diktat Pengetahuan Bahan Pangan. *Mata Kuliah Pengetahuan Bahan pangan diakses Tahun 2016*.
- Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara. 2014. *Populasi Ternak Sapi Menurut Jenis Ternak*. Pusat Statistik Sumatera Utara. Medan.
- _____ . 2015. *Ternak Sapi yang di Potong Menurut Jenis Ternak*. Statistik Peternakan. Medan.
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Sumatera Utara. 2011. *Konsumsi Daging Sapi Perkapita Sumatera Utara*. Medan.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU

- Effendi, I. 2015. *Analisis Perilaku Konsumen Produk Organik di Provinsi Sumatera Utara*. Medan.
- Juhari, 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Produk Beras Aruk*. Bangka Belitung.
- Handoko, T.H. 2001. *Manajemen Personalialia dan Sumberdaya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan AY, Salmiah, Kesuma SI. 2013. *Dampak Kenaikan Harga Daging Sapi terhadap Konsumsi Daging Sapi di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Kotler , Philip dan Kevin Lene Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Indonesia: PT. Gelora Aksara Pratama
- Magdalena S. 2013. *Prospek Pengembangan Ternak Sapi Potong di Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat*. Fakultas Pertanian Universitas HKBP Nomensen. Medan.
- Mamang, Etta Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen : Pendekatan Praktis*. Jakarta : Penerbit Andi.
- Mowen. J.C. 2001. *Consumer behavior*. Prentice hall, inc.
- Oskar B, Darus B, Iskandarini. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Daging Ayam Kampung di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Riduan dan Akdon. 2009. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik*. Bandung.
- Schifman, Kanuk 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta. PT. Indeks.
- Samosir, HV, 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Telur Ayam Kampung*. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Penerbit ALFABETA.
- Sugiyanto. 2004. *Analisis Statistik Sosial. Malang* : Bayu Media Anggota IKPI Jatim.
- Sutrisno ,IC. 2002. *Peran Tehnologi Pengolahan Limbah Ruminansia dalam Pengembangan Ternak Ruminansia*. UNDIP. Semarang.
- Wijaya, MA, 2008. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purwokerto*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wijayanti, MR, 2011. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.