Jurnal Penelitian Agrisamudra
Vol. 12 No 2, Desember 2025
P-ISSN: 2460-0709, E-ISSN: 2685-6611
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/jagris*

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Di Ud. Ayam Jaya Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa

Siska Amilya[1*], Adnan[2], Rini Mastuti[3]

[1,2,3] *Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra, Indonesia.*
[*] *Corresponding author's e-mail: siskaamiliyaa@gmail.com*
Diterima: Oktober 2025, Diterbitkan : Desember 2025

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya, Kecamatan Langsa Lama, Kota Langsa. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode Nonprobability Sampling yaitu berupa teknik accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 60 sampel. variabel independen pada penelitian ini meliputi; kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4), ketersediaan produk (X5) dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya (Y). Analisis data yang dugunakan dalam penelitian ini menggunakan Software SPSS 25, dengan menggunakan beberapa pengujian meliputi; uji onstrumental, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), lokasi (X3), kualitas pelayanan (X4) dan ketersediaan produk (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya (Y).

Kata Kunci:
Keputusan Konsumen, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Ketersediaan Produk.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors affecting consumer decisions in purchasing chicken at UD. Ayam Jaya, Langsa Lama Subdistrict, Langsa City. The sampling method used in this research is Nonprobability Sampling, specifically accidental sampling, with a sample size of 60 samples. The independent variables in this study include: product quality (X1), price perception (X2), location (X3), service quality (X4), and product availability (X5), while the dependent variable is the purchase decision of chicken at UD. Ayam Jaya (Y). The data analysis used in this study employs SPSS Software 25, utilizing several tests including; instrumental test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis test. The results of this study indicate that product quality (X1), price perception (X2), location (X3), service quality (X4), and product availability (X5) have a significant impact on chicken meat purchasing decisions at UD. Ayam Jaya (Y).

Keywords:
Consumer Decision, Product Quality, Price Perception, Service Quality, Location, Product Availability.

How to Cite: Amaliya, S., Adnan, R. Mastuti. (2025). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Di Ud. Ayam Jaya Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa , 12(2): 1-6

Pendahuluan

Sektor peternakan merupakan salah satu bagian penting dalam pembangunan pertanian di Indonesia, karena tidak hanya berperan dalam penyediaan bahan pangan hewani yang bergizi, tetapi juga menjadi sumber pendapatan masyarakat serta menciptakan lapangan kerja. Salah satu komoditas peternakan yang paling populer dan banyak dikonsumsi masyarakat adalah ayam ras pedaging.

Ayam ras pedaging merupakan salah satu unggas yang mudah diternakkan deangan masa panen relatif singkat sehingga berpotensi sebagai usaha ekonomi produktif. Usaha ini menjadi salah satu usaha yang dapat menjanjikan pertumbuhan ekonomi. Pada usaha ayam potong prospek usaha yang dimiliki sangat baik untuk dikembangkan, baik dalam skala besar maupun skala kecil. Perkembangan usaha ini semakin hari semakin meningkat dengan baik (Haslinda et al., 2016).

Badan Pangan Nasional (2024) mengungkapkan bahwa tingkat rata-rata konsumsi daging ayam di indonesia pada tahun 2023 mencapai 7,46 kilogram per kapita per tahun, angka ini naik 4,3% dibanding tahun 2022 yang sebesar 7,15 kilogram per kapita per tahun. Sementara itu daging ayam di tingkat rumah tangga pada tahun 2023 tercatat mencapai 2,08 juta ton per tahun. Pemerintah terus mendorong peningkatan konsumsi daging ayam per kapita dengan tujuanmemperbaiki asupan gizi masyarakat, karena kandungan nutrisi pada ayam pedaging cukup baik dan mudah ditemukan oleh masyarakat. Pemerintah terus mendorong konsumsi per kapita atas daging ayam dengan tujuan meningkatkan gizi masyarakat karena kandungan gizi ayam pedaging yang baik dan mudah ditemukan oleh masyarakat.

Di Provinsi Aceh, ayam pedaging merupakan salah satu komoditas unggulan dalam subsektor peternakan. Budidaya ayam pedaging di wilayah Aceh pada umumnya mengikuti sistem intensif, di mana ayam dipelihara dalam kandang dengan padat tebar tinggi untuk menghasilkan daging dalam kurun waktu yang relatif singkat, sekitar 5-7 minggu. Di Kota Langsa, jumlah pengusaha daging ayam potong masih terbatas jika dibandingkan dengan jumlah permintaan pasar, tingginya permintaan terhadap daging ayam baik untuk konsumsi rumah tangga maupun keperluan usaha kuliner. Namun, jumlah pelaku usaha pemotongan ayam di Kota Langsa masih terbatas, sehingga sebagian pasokan ayam didatangkan dari luar daerah sehingga untuk memenuhi kebutuhan pasar para pedagang daging ayam potong mendapatkan pasokan baik daging dari Kota Langsa sendiri maupun dari luar Kota Langsa seperti dari Kabupaten Langkat (Maulana, 2021). Hal ini menyebabkan, harga daging ayam potong mengalami selisih kenaikan dan penurunan harga yang cenderung tidak stabil, sehingga terjadilah fluktuasi terhadap harga.

Kecamatan Langsa Lama merupakan salah satu kecamatan di Kota Langsa, Provinsi Aceh, yang memiliki potensi ekonomi yang cukup berkembang, terutama di sektor perdagangan dan peternakan. Di wilayah ini terdapat berbagai jenis usaha mikro, kecil, dan menengah yang berperan penting dalam mendukung perekonomian lokal. Salah satu usaha yang cukup berkembang di kecamatan ini adalah UD. Ayam Jaya, yang berlokasi di Gampong Pondok Pabrik, Kecamatan Langsa Lama. Usaha ayam potong ini

telah berdiri sejak tahun 2011 dan memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak. Usaha ini memiliki prospek yang cukup bagus dan menjanjikan dikarenakan konsumsi daging ayam terus meningkat. Usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain meningkatnya persaingan di sektor pemotongan ayam seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha sejenis, fluktuasi harga daging ayam, serta perbedaan preferensi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan. Tantangan-tantangan tersebut menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan serta memperluas pangsa pasar.

Persepsi harga yang sesuai dengan kualitas, lokasi usaha yang mudah dijangkau, pelayanan yang baik, serta ketersediaan produk yang memadai juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan tempat membeli daging ayam. Berdasarkan uraian diatas, menulis merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam di UD. Ayam Jaya Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa".

Metode Penelitian

Desain Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis tentang satu atau beberapa variabel independen dan dependen. Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan yang bersifat sebab-akibat, atau dapat dikatakan seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas, harga, lokasi, pelayanan dan ketersediaan produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian produk daging ayam)

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode yang digunaakan pada penelitian ini yaiu menggukan metode survei dengan pendekatan deskriptif. Metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Sampel yang diambil berjumlah 60 sampel dikarenakan terdapat 5 variabel dependen (kualitas prosuk, persepsi harga, lokasi, pelayanan, ketersediaan produk) dan 1 variabel independen (keputusan pembelian) yang di ajukan pada penelitian ini.

Adapun regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengtahui faktor kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), lokasi (X3), kualitas pelayanan (X4) dan ketersediaan produk (X5) terhadap keputusan pembelian daging ayam potong (Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e}$$

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (keputusan pembelian)
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= Koefisien regresi

X_1 = Kualitas produk (Skor)
X_2 = Persepsi harga (Skor)
X_3 = Lokasi (Skor)
X_4 = Kualitas Pelayanan (Skor)
X_5 = Ketersediaan Produk (Skor)
e = eror

Hasil dan Pembahasan

	Koefisien Regresi	Sig
Constant	6,141	0,000
Kualitas produk	0,177	0,000
Persepsi harga	-0,099	0,015
Lokasi	0,313	0,000
Kualitas Pelayanan	0,124	0,001
Ketersediaan produk	0,199	0,000
Adjusted R Square	0,702	
F hitung	28,756	
Prob (F Statistik)	0,000[b]	

Berdasarkan pada hasil uji Adjusted R Square (Uji R^2) dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,702 atau 70,2% menunjukan bahwa variabel independen (kualitas produk, persepsi harga, lokasi, pelayanan, dan ketersediaan produk) dalam penelitian ini mampu menjelaskan 70,2% variasi variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan sisanya 29,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dijelaskan oleh penelitian pada skripsi ini.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), lokasi (X3) dan kualitas pelayanan (X4) dan ketersediaan produk (X_5) secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di ud. ayam jaya kecamatan langsa lama kota langsa

1. Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya kecamatan langsa lama kota langsa

Dari hasil yang telah dilakukan menggunakan *software SPSS* 25 terbukti bahwa faktor kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,177. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, seperti kesegaran daging, kebersihan, tekstur, dan penampilan daging ayam, menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memutuskan untuk membeli. Konsumen cenderung memilih produk yang aman, bersih, dan berkualitas karena menyangkut kesehatan keluarga. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh *Yudi Haryadi & Pardede (2017)* menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang kemudian berdampak terhadap keputusan pembelian

2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya kecamatan langsa lama kota langsa

Dari hasil yang telah dilakukan menggunakan *software SPSS* 25 terbukti bahwa faktor persepsi harga berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Ayam Jaya. Dengan nilai signifikansi 0,015 < 0,05 dan nilai koefisien regresi -0,099. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi harga (semakin mahal), maka semakin rendah keputusan pembelian. Dengan kata lain, konsumen cenderung sensitif terhadap harga. Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh *Ratlan Pardede dan Tarcicius Yudi Haryadi (2017)* juga menyebut bahwa persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara langsung, namun dapat memengaruhi melalui kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya kecamatan langsa lama kota langsa

Dari hasil yang telah dilakukan menggunakan *software SPSS* 25 terbukti bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Aayam Jaya. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,313. Lokasi pada penelitian ini mempunyai peranan yang strategis dalam menarik minat pembeli dikarenakan usaha ini berada berada di daerah yang mudah di jangkau dan ditemui oleh calon pembeli karena letaknya di pinggir jalan lintas, hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membeli daging ayam di UD. Ayam Jaya Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk memastikan tempat usaha mereka nyaman, mudah dijangkau dan memiliki akses yang bagus untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya kecamatan langsa lama kota langsa

Dari hasil yang telah dilakukan menggunakan *software SPSS* 25 terbukti bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya. Dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,124. Pelayanan merupakan hal yang pertama kali dinilai oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Pelayanan cukup memiliki peranan yang besar dalam menarik minat pembeli, dikarenakan pelayanan yang ramah, sopan, dan cepat yang diberikan UD. Ayam Jaya mempengaruhi alasan konsumen memutuskan membeli di tempat usahanya. Hal ini sejalan dengan penelitian *Andaru (2019)* meneliti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

5. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya kecamatan langsa lama kota langsa

Dari hasil yang telah dilakukan menggunakan *software SPSS* 25 terbukti bahwa faktor ketersediaan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian daging ayam di UD. Ayam Jaya. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,199. Ketersediaan produk yang stabil dan tidak kehabisan stok sangat penting seperti daging ayam. Konsumen akan cenderung membeli di tempat yang menyediakan produk secara konsisten karena menghemat waktu dan mengurangi

risiko pembelian gagal. Hal ini sejalan dengan penelitian *Sugiharto et al., (2020)* menunjukkan bahwa Produk yang selalu tersedia secara konsisten meningkatkan rasa percaya dan loyalitas konsumen, serta mendorong pembelian berulang.

Daftar Pustaka

Andaru, K. C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).

Haslinda, A. N. (2016). Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.[Skripsi] Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.

Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). Pengaruh ketersediaan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan, 8(3), 134–145.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 3(1), 45–56.