

# Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam di Pasar Inpres Kota Padang Sidempuan Selama Pandemi Covid-19 (*Factors Influencing the Purchase of Chicken Meat at the Padang Sidempuan Municipal Presidential Instruction Market During the Covid-19 Pandemic*)

Ali Hardana<sup>1\*</sup>, Risna Hairani Sitompul<sup>2</sup>, Desy Khairani<sup>3</sup>

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Sumatera Utara<sup>1,2,3</sup>

[hardanaali53@gmail.com](mailto:hardanaali53@gmail.com)



## Riwayat Artikel

Diterima pada 14 Desember 2023

Revisi 1 pada 21 Januari 2023

Revisi 2 pada 22 Februari 2023

Disetujui pada 7 Maret 2023

## Abstract

**Purpose:** This research study aims to find out the factors of buying chicken meat in traditional markets during the Covid-19 pandemic. This research was conducted in Inpres Market, Inpres Sub district, Padangsidempuan City, Province of West Java on November 7 to December 12, 2021.

**Methodology:** The sampling method used is purposive sampling, using 104 respondents. The results showed the characteristics of consumers who buy chicken meat in Inpres Market on average women, over 36 years of age, high school education/equivalent, housewife work, income below IDR.1,000,000.00, consumption rate of 1-1.5 Kg in a week and purchase rate as much as 1-3 times a week.

**Result:** The results of the multiple linear regression equations obtained a coefficient of determination of 0.727 which indicates that the health protocols (X1), marketing mix (X2) needs (X3) and purchase intention (X4) affect purchasing decisions (Y) by 62.8%. The F test concluded that health protocols, marketing mix, needs and purchase intention had a significant influence on purchasing decisions. The T test concluded that health protocols, marketing mix, needs, and interests significantly influenced purchasing decisions. Therefore, the advice given according to the results is with chicken traders in Inpres Market, among others, traders must always adhere to health protocols in serving consumers, maintaining the cleanliness of outlets and providing services by considering selling using the method of delivery or online, in order to reduce crowds in the market where the market is one of the places that is indeed a lot of spread of the Covid-19 virus.

**Keywords:** *Purchase Decisions, Inpres Main Market, Pandemic, F-test.*

**How to Cite:** Hardana, A., Sitompul, R. H., Khairani, D. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam di Pasar Inpres Kota Padang Sidempuan Selama Pandemi Covid-19. *Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(1), 49-58.

## 1. Pendahuluan

Peningkatan jumlah penduduk mempengaruhi pendapatan dan kesadaran akan gizi menyebabkan permintaan terhadap hasil ternak daging ayam sebagai sumber protein hewani semakin meningkat. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. (Apriliani et al., 2020; Fauzi et al., 2018; Suharto et al., 2020) mengatakan kebutuhan daging ayam secara nasional pada tahun 2018 mencapai 11,5 kg/kapita/tahun. Ayam ras merupakan salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan asal hewani bagi masyarakat. Ayam ras adalah jenis ternak unggas yang memiliki laju

pertumbuhan yang sangat cepat, karena dapat dipanen pada umur 5 minggu. Keunggulan ras didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperatur lingkungan dan pemeliharaan. Pasar merupakan tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Adanya kasus virus covid-19 yang merupakan pandemi global menimbulkan kekhawatiran dari berbagai kalangan, khususnya masyarakat. Pasar merupakan tempat berpotensi menjadi kluster penyebaran virus covid-19, karena proses dalam bertransaksi mengharuskan para pedagang dan pengunjung bertatap muka secara langsung. Para pedagang dan pengunjung di pasar tradisional secara langsung harus memberlakukan protokol kesehatan mengikuti kebijakan pemerintah untuk menanggulangi masalah penyebaran virus covid-19. (Irmawati et al., 2022; Saraswati et al., 2020) dalam (Hardana, Nasution, et al., 2022b, 2022a; Riana et al., 2021; Wanti, 2012; Yuliawati, 2021) mengatakan kekhawatiran masyarakat semakin terasa melihat jumlah lonjakan pasien positif covid-19 setiap harinya. Melihat tingkat persebaran virus korona yang cukup tinggi, mengharuskan pemerintah untuk segera mengambil langkah strategis.

Perbedaan antara pasar tradisional dan modern yang paling jelas dapat kita lihat dari karakteristik produk pertanian/peternakan yang dijual. Keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern yang ditawarkan pada produk pertanian/peternakan, yaitu menyediakan berbagai macam kebutuhan produk pada satu tempat berbelanja, produk yang dijual lengkap, kemudahan dalam mencari barang, kenyamanan berbelanja, kualitas produk baik, parkir luas dan aman serta kebersihan yang terjaga. Keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern tersebut menimbulkan minat yang tinggi bagi konsumen untuk memilih pasar modern dalam memenuhi kebutuhan, dibandingkan dengan pasar tradisional yang cenderung kurang nyaman. (Dharmmesta, 2000; Hardana, Nasution, et al., 2022a; Siringoringo et al., 2009). Tentu saja ada faktor lain yang dapat mempengaruhi pembeli menentukan tempat pembelian. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap ayam ras dan penentuan tempat pembelian menjadi penting untuk melihat bagaimana kondisi penjualan di masing-masing pasar. Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penilaian konsumen terhadap produk atau jasa akan menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut. (F. M. Amin, 2018; Faizal Amin & Ananda, 2018; Fatmawati Amin et al., 2021; Hardana, 2022; Hardana, Nasution, et al., 2022a) mengatakan konsumen mengambil keputusan untuk menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkannya. Sehingga untuk menghindari risiko tersebut, konsumen melakukan beberapa hal seperti menghindari keputusan pembelian, mengumpulkan informasi dari teman atau media dan perilaku atas produk yang akan dibelinya. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam di Pasar Inpres pada saat pandemi covid-19 berlangsung.

## **2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis**

Daging merupakan salah satu komoditas peternakan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani karena mengandung protein bermutu tinggi dan mampu memenuhi zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh. Daging dapat diolah dalam berbagai jenis produk yang menarik dengan aneka bentuk dan rasa untuk tujuan memperpanjang masa simpan serta dapat meningkatkan nilai ekonomis tanpa mengurangi nilai gizi dari daging yang diolah. (Elia & Marselina, 2023; Firman et al., 2016; Lapase, 2016) menambahkan kualitas daging dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor sebelum pemotongan dan setelah pemotongan. Faktor sebelum pemotongan meliputi genetik, spesies, bangsa, tipe ternak, jenis kelamin, umur pakan dan zat aditif. Menurut sejarahnya, ayam yang dipelihara manusia sekarang berasal dari ayam liar (*Gallus gallus*). Proses penjinakan ayam diperkirakan terjadi seumur dengan adanya manusia di bumi. Keturunan ayam yang telah menjadi jinak kemudian disilang-silangkan atau dikawin-kawinkan oleh manusia (Nurhajjah, n.d.; Rahayu et al., 2016; Solikin, 2016). Alasan peternak memelihara ayam biasanya dipelihara untuk dimanfaatkan dagingnya, ayam dipelihara untuk dimanfaatkan telurnya, ayam yang dipelihara untuk kesenangan (Hardana, Nurhalimah, et al., 2022; Irwan et al., 2016; Sundari et al., 2016).

Ayam yang dipelihara untuk dimanfaatkan dagingnya disebut ayam pedaging. Ciri-ciri ayam pedaging adalah sebagai berikut : 1) ukuran badan ayam pedaging relatif besar, padat, kompak, dan berdaging penuh sehingga disebut tipe berat. 2) Jumlah telur relatif sedikit. 3) Bergerak lambat dan tenang. 4) Biasanya lebih lambat mengalami dewasa kelamin. 5) Beberapa jenis ayam pedaging mempunyai bulu kaki dan masih suka mengeram (Rahayu et al., 2016; Tuhana & Daerobi, 2022)). Menurut (Jayanata & Harianto, 2011), day old chick (DOC) yang berkualitas baik memiliki ciri-ciri berasal dari induk yang berkualitas, DOC sehat, bebas dari penyakit, aktif bergerak, lincah, aktif bergerak, tidak terlihat lesu, tubuh gemuk dan berbentuk bulat, berbulu bersih mengkilat, mata terlihat tajam dan cerah, lubang anus bersih dan tidak terdapat kotoran, tidak terdapat bekas luka dan tidak cacat, serta bobot tubuh minimal 37 gram atau rata-rata sebesar 40 gram. Dalam pemeliharaannya, DOC sangat membutuhkan keadaan yang steril, sehingga kebersihan kandang harus terjaga saat penerimaan DOC.

Keputusan pembelian merupakan demonstrasi memilih dari berbagai pilihan yang dapat diakses oleh pelanggan. Arah keputusan pembelian merupakan sebuah siklus, dimulai dari penyajian suatu masalah yang kemudian diselesaikan melalui perolehan suatu barang (Tugiso et al., 2016). Tahapan melakukan pembelian oleh pembeli dimulai dari penyajian kebutuhan, pencarian data, penilaian pilihan, pilihan, dan hasil pembelian (Ceufin et al., 2020). (Alfauzan et al., 2015; Barus et al., 2022; Setiawan, 2018; Wardandy et al., 2022) menambahkan pilihan membeli dipengaruhi oleh unsur-unsur, misalnya kelas sosial, penelitian keluarga, dan otak sebagai bagian dari pemeriksaan individu, mencakup gaya hidup, sosial ekonomi, informasi, kepribadian seseorang dan kebutuhan moneter. Keputusan pembelian adalah keputusan seorang konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatifnya (R. Christian & Wibasuri, 2020; Hardana et al., 2022b; Musta'adah, 2019; Nasser Abdul & Hardana, 2022). Untuk dapat memperoleh produk yang berkualitas dengan harga yang murah, maka diperlukan beberapa faktor agar konsumen tersebut tertarik untuk memutuskan pembelian. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi keputusan memilih Produk, memilih jenis, memilih pemasok, penentuan saat pembelian dan jumlah belanjaan.

Menurut (Apriliani et al., 2020; Fiani, 2018) proses keputusan pembelian dapat dikategorikan secara garis besar kedalam tiga tahap utama: Pertama, tahap pra-pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap ini meliputi tiga proses, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Kedua, tahap konsumsi yaitu merupakan tahap proses keputusan konsumen dimana konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa. Ketiga, evaluasi purnabeli yaitu merupakan tahap proses pembuatan keputusan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah ia telah membuat keputusan pembelian yang tepat. (San & Yazdanifard, 2014; Tjandra & Tjandra, 2013) dalam (Sumarwan et al., 2011; Wardhani et al., 2015) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu, maka bukanlah sebuah keputusan. Keputusan atas keadaan tanpa pilihan lain disebut "pilihan Hobson". (Setiadi & SE, 2015, 2019) mendefinisikan inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. (Kotler & Armstrong, 2008) membagi proses keputusan pembelian melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian.

Adapun pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh variabel Protokol Kesehatan (X1), variabel Bauran Pemasaran (X2), variabel Kebutuhan (X3) dan variabel Minat Pembelian (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y);
- b. Ada pengaruh variabel Protokol Kesehatan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y);
- c. Ada pengaruh variabel Bauran Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y);
- d. Ada pengaruh variabel Kebutuhan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y);
- e. Ada pengaruh variabel Minat Pembelian (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 7 November hingga 12 Desember 2021 di Pasar Tradisional Inpres, Kota Padangsidimpuan, yang berlokasi di Pasar Inpres Jalan Perintis Kemerdekaan, Kota Padangsidimpuan. Pemilihan lokasi penelitian dengan metode *purposive sampling* berdasarkan beberapa pertimbangan salah satunya karena pasar tersebut merupakan satu-satunya pasar tradisional di Kecamatan Padangsidimpuan Selatan dan menjadikan pasar tersebut sebagai pusat perdagangan kebutuhan pokok. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dan eksplanasi. Menurut (Siregar & Hardana, 2022) metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, berupa wawancara dan penyebaran kuisioner yang diambil dari suatu sampel dalam populasi. Sedangkan metode eksplanasi menurut Darna dan Elin (2018) yaitu metode yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan penyebaran kuisioner. Observasi menurut (Burton, 2017; Mania et al., 2017; Meyer et al., 2017; Siregar & Hardana, 2022) merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan catatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pemangamatan. Kuisioner menurut (Danang et al., 2020) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi dengan responden. Penyebaran kuisioner diberikan kepada 104 responden, angka tersebut didapat dari penentuan jumlah populasi yang tidak diketahui dan teknik accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, namun sebagai pembeli atau konsumen daging ayam di Pasar Jatiasih. Skala pengukuran kuisioner menggunakan skala likert dengan skala interval sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Interval

No.	Skala Interval	Keterangan
1.	1,00 – 1,75	Sangat tidak setuju
2.	1,75 – 2,50	Tidak setuju
3.	2,50 – 3,25	Setuju
4.	3,25 – 4,00	Sangat Setuju

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data dianalisis dengan program SPSS dengan analisis faktor dan analisis regresi linier berganda.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pembeli daging ayam di Pasar Inpres berdasarkan jenis kelamin sebagian besar konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia di atas 36 tahun. Menurut (Chen et al., 2011) hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat pada usia tersebut sudah berkeluarga atau menikah sehingga keperluan berbelanja untuk memenuhi konsumsi sehari-hari dan diperkuat oleh Utiah dkk. (2021) menjelaskan bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi disebabkan karena yang memiliki peran paling besar pada keputusan belanja bulanan adalah perempuan. Tingkat pendidikan didominasi oleh tamatan SMA/SLTA/SMK/Sederajat, pekerjaan paling banyak sebagai ibu rumah tangga, guru PAUD/TK dan guru TPA. Tingkat konsumsi paling banyak sebesar 1-1,5 kg dan dalam 1 minggu frekuensi pembelian sebanyak 1-3 kali dalam waktu 1 minggu. Menurut (Batubara & Ariani, 2018; A. Christian & Ariani, 2018; James et al., 2018) hingga saat ini pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia secara umum masih didominasi oleh pangan sumber karbohidrat atau pangan nabati. Hal ini dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Org)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	23	23
2.	Perempuan	77	77
	Jumlah	100	100

Pada tahun 2021, konsumsi protein nabati masih dominan yaitu 68,9% dari total protein, yang berarti konsumsi protein hewani sekitar 31,1%. Keadaan ini lebih meningkat dari tahun sebelumnya yaitu konsumsi protein hewani hanya 26,6% dari total konsumsi protein.

#### 4.1 Analisis Faktor

Analisis pada prinsipnya digunakan untuk meringkas sejumlah komponen menjadi lebih sedikit dan menamakannya faktor. Dalam analisis ini komponen disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana. Hasil analisis faktor setelah di analisis seperti di tabel 2.

Tabel 3. Hasil Analisis Faktor

Keterangan	Loading faktor		
	1	2	3
<b>Indeks 1.</b>			
X2.2 (Harga Produk)	0,610		
X2.4 (Lokasi Pasar)	0,766		
X3.1 (Fisiologis)	0,726		
X4.2 (Referensial)	0,702		
X4.3 (Preferensial)	0,691		
<b>Indeks 2.</b>			
X1.3 (Mencuci tangan)		0,756	
X2.1 (Produk)		0,750	
X4.1 (Transaksional)		0,564	
X4.4 (Eksploratif)		0,518	
<b>Indeks 3</b>			
X2.3 (Promosi)			0,674
X3.2 (Rasa aman)			0,518
X3.3 (Aktualisasi diri)			0,564
<i>Variance (%)</i>	33,78	14,371	10,764
	7		

Berdasarkan hasil analisis faktor pada tabel 3 telah diketahui bahwa terbentuk 3 faktor baru yaitu faktor keadaan produk, baik/buruknya makanan serta nyaman konsumsi makanan. Faktor-faktor yang terbentuk akan diberi nama baru berdasarkan item variabel pembentuknya. Item variabel yang terkumpul memiliki nilai variabel loading berbeda-beda yaitu untuk melihat korelasi atau hubungan kuat ataupun lemah terhadap faktor-faktor yang terbentuk.

#### 4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya. Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini terdiri dari Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3), Minat (X4) terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Pengujian dapat dilihat di tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Hasil uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1.	(Constant )	1,034	0,728		1,420	0,159	
	Protokol Kesehatan (X1)	0,052	0,022	0,126	2,305	0,023	**
	Bauran Pemasaran (X2)	0,199	0,027	0,470	7,268	0,000	**
Tabel 4. Lanjutan Tabel 5							
	Kebutuhan (X3)	0,201	0,035	0,384	5,800	0,000	**
	Minat (X4)	0,063	0,048	0,090	1,318	0,191	*

Hasil penelitian pada tabel 5, menunjukkan permasalahan regresi yaitu:

$$Y = 1,034 + 0,052 X1 + 0,199 X2 + 0,201 X3 + 0,063 X4 \quad (1)$$

Interpretasi model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,034 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif, yang artinya apabila tidak dapat kontribusi variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) akan bernilai 1,034.
2. Koefisien regresi variabel Protokol Kesehatan (X1) sebesar 0,052 = artinya, besarnya koefisien variabel Protokol Kesehatan (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Protokol Kesehatan (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,052 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Bauran Pemasaran, Kebutuhan dan Minat pembelian).
3. Koefisien regresi variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 0,199 = artinya, besarnya koefisien variabel Bauran Pemasaran (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,199 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Kebutuhan dan Minat).
4. Koefisien regresi variabel Kebutuhan (X3) sebesar 0,201= artinya, besarnya koefisien variabel Kebutuhan (X3) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Kebutuhan (X3) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Minat Pembelian).
5. Koefisien regresi variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 0,063 = artinya, besarnya koefisien variabel Minat Pembelian (X4) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,063 dengan sebesar asumsi variabel lainnya tetap (Protokol Kesehatan, Kebutuhan dan Minat).

#### 4.3 Uji F/Simultan

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji F/Simultan

Mode		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,364	4	45,341	69,714	0,000

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 6, diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 69,714 (Sig F + 0,000).  $F_{tabel}$  pada taraf nyata 5% dengan derajat bebas 4 dan 99 sebesar 2,460, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $69,714 > 2,460$ ) dan  $Sig. F < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H1$  diterima  $H0$  ditolak dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

#### 4.4 Uji t/Parsial

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikan  $< \alpha = 0,05$ . Pengujian model regresi secara parsial pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji t/Parsial

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	Sig. t	$t_{tabel}$	Keterangan
Protokol Kesehatan (X1)	2,305	0,023	1,984	Signifikan
Bauran Pemasaran (X2)	7,268	0,000	1,984	Signifikan
Kebutuhan (X3)	5,800	0,000	1,984	Signifikan
Minat (X4)	1,318	0,191	1,984	Tidak Signifikan

- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Protokol Kesehatan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Nilai statistik uji  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,305 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan variabel Protokol Kesehatan (X1) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Bauran Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistik uji  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $7,268 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan variabel Bauran Pemasaran (X2) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Kebutuhan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,800 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistik uji  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $5,800 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan variabel Kebutuhan (X3) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Minat Pembelian (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,318 dengan nilai signifikansi sebesar 0,191. Nilai statistik uji  $t_{hitung}$  tersebut lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  ( $1,318 < 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel Minat Pembelian (X4) secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

#### 5. Kesimpulan

Penelitian kali ini keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan. Hal ini dikarenakan para konsumen secara fisiologis konsumen membutuhkan untuk mengkonsumsi daging ayam untuk kebutuhan sehari-hari di tengah pandemi covid-19 dan lebih memilih daging ayam untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pertimbangan daging ayam lebih mudah dijumpai. Para konsumen juga lebih memilih membeli daging ayam secara langsung karena bisa terjadinya proses tawar-menawar, lalu produk daging ayam juga memiliki nilai dan manfaat. Konsumen merasa yakin membeli daging ayam dengan kondisi pandemi covid-19 untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dengan menjaga kesehatan dan imunitas tubuh. Namun, pada penelitian kali ini minat pembelian tidak mempengaruhi keputusan pembelian, dikarenakan terdapatnya konsumen sebagai responden yang masih memilih daging lain untuk memenuhi kebutuhan di saat pandemi Covid-19 berlangsung.

#### Limitasi dan studi lanjutan

Tidak ada penelitian yang mencakup semua aspek. Penulis disarankan untuk menjelaskan limitasi penelitian, dan juga studi lanjutan atau rencana ke depan.

## Ucapan terima kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan atas kerjasamanya dan partisipasinya dalam memberikan masukannya.

## Referensi

- Alfauzan, F., Subekti, E., & Awami, S. N. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah impor di Pasar Johar Kota Semarang (studi kasus buah apel fuji dan jeruk mandarin)*. *Mediagro: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 11(1).
- Amin, F. M. (2018). Identifikasi citra daging ayam berformalin menggunakan metode fitur tekstur dan k-nearest neighbor (K-NN). *Jurnal Matematika "MANTIK"*, 4(1), 68–74.
- Amin, Faizal, & Ananda, R. A. (2018). *Kedatangan dan Penyebaran Islam di Asia Tenggara: Telaah Teoritik tentang Proses Islamisasi Nusantara*. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 18(2), 67–100.
- Amin, Fatmawati, Paransa, D. S. J., Ompi, M., Mantiri, D. M. H., Boneka, F. B., & Kalesaran, O. (2021). *Identifikasi morfologi dan keanekaragaman kepiting pada timbunan berbatu di Pantai Pesisir Malalayang Dua Kota Manado*. *Jurnal Pesisir Dan Laut Tropis*, 9(3), 123–132.
- Apriliansi, F. T., Wibowo, H., Humaedi, S., & Irfan, M. (2020). Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 2(2), 133–141.
- Barus, J., Rr Ernawati, R. E., Wardani, N., Pujiharti, Y., Suretno, N. D., & Slameto, S. (2022). *Improvement in soil properties and soil water content due to the application of rice husk biochar and straw compost in tropical upland*. *International Journal of Recycling Organic Waste in Agriculture*.
- Batubara, H. H., & Ariani, D. N. (2018). *Implementasi Program Gerakan Literasi Sekolah di Sekolah Dasar Negeri Gugus Sungai Miai Banjarmasin*. *JPsD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 4(1), 15–29.
- Burton, N. (2017). *An Analysis of Charles P. Kindleberger's Manias, Panics, and Crashes: A History of Financial Crises*. Macat Library.
- Ceufin, S., Primatminingtyas, B., & Asnah, A. (2020). *Kelayakan Usaha Pada Agribisnis Ayam Petelur Studi Kasus Pada CV. Gali Putra Junrejo Malang*. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 9(1), 39–52.
- Chen, C.-Y., Yeh, K.-L., Aisyah, R., Lee, D.-J., & Chang, J.-S. (2011). *Cultivation, photobioreactor design and harvesting of microalgae for biodiesel production: a critical review*. *Bioresource Technology*, 102(1), 71–81.
- Christian, A., & Ariani, F. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Peminjaman Perangkat Demo Video Conference Berbasis Web Dengan Model Waterfall. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 14(1), 131–136.
- Christian, R., & Wibasuri, A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Calon Mahasiswa Memilih Program Bisnis Digital Iib Darmajaya Bandar Lampung*. iib darmajaya.
- Danang, D., Mustika, W. P., & Merdekawati, A. (2020). Pemilihan Aplikasi Meeting Online Untuk Mendukung Work From Home Menggunakan Metode AHP. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 4(2), 533–544.
- Dharmmesta, B. S. (2000). Perilaku mencoba beli: Sebuah kajian analitis model bagozzi-warshaw untuk panduan peneliti. *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, 15(4), 453–470.
- Elia, N., & Marselina, M. (2023). Tingkat Pengangguran Berdasarkan Jumlah Penduduk, Pendapatan Perkapita, dan Investasi Asing di Indonesia Tahun 1996-2020. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 1(2), 123–135.
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5–11.
- Fiani, F. O. (2018). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Keputusan Konsumen Membeli Kartu Im3 Pada Indosat Ooredoo Sintang*.
- Firman, A., Wowor, H. F., & Najoran, X. (2016). Sistem informasi perpustakaan online berbasis web. *Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer*, 5(2), 29–36.

- Hardana, A. (2022). *Pengaruh Investasi Aktiva Tetap, Modal Kerja Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business*, 1(1).
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022a). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022b). Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 1192–1201.
- Hardana, A., Nurhalimah, N., & Efendi, S. (2022). *Analisis Ekonomi Makro Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan). Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 21–30.
- Irmawati, I., Frihatni, A. A., Melinda, M., Kumala, R., Ristiyan, R., Yulianti, M. L., Hardana, A., Ashari, M., Rukmini, M., & Hilda, H. (2022). *Akuntansi Keuangan Tingkat Menengah*.
- Irwan, S., Titik, S., Marhaeni, J. P., Darmawan, A., Dyah, S. R., Yhon, I., & Cahyo, H. U. (2016). *Management of spent nuclear fuel and nuclear material waste*.
- James, S. L., Abate, D., Abate, K. H., Abay, S. M., Abbafati, C., Abbasi, N., Abbastabar, H., Abd-Allah, F., Abdela, J., & Abdelalim, A. (2018). *Global, regional, and national incidence, prevalence, and years lived with disability for 354 diseases and injuries for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. The Lancet*, 392(10159), 1789–1858.
- Jayanata, C. E., & Harianto, B. (2011). *28 Hari Panen Ayam Broiler*. AgroMedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi.
- Lapase, O. A. (2016). Kualitas fisik (daya ikat air, susut masak, dan keempukan) daging paha ayam sentul akibat lama perebusan. *Students E-Journal*, 5(4).
- Mania, H., Pan, X., Papailiopoulos, D., Recht, B., Ramchandran, K., & Jordan, M. I. (2017). Perturbed iterate analysis for asynchronous stochastic optimization. *SIAM Journal on Optimization*, 27(4), 2202–2229.
- Meyer, M., Palkopoulou, E., Baleka, S., Stiller, M., Penkman, K. E. H., Alt, K. W., Ishida, Y., Mania, D., Mallick, S., & Meijer, T. (2017). Palaeogenomes of Eurasian straight-tusked elephants challenge the current view of elephant evolution. *Elife*, 6, e25413.
- Musta'adah, I. (2019). *Background Factors Yang Mempengaruhi Ibu Hamil Dalam Pengambilan Keputusan Rujukan Melalui Personal Factors Social Cognitive Theory Di Wilayah Kerja Puskesmas Sidotopo Wetan Kota Surabaya*. Universitas Airlangga.
- nasser NASSER, A., & Hardana, A. (2022). *Effect Of Operating Costsonal Operating Income (Bopo) And Non-Perfoming Financing (Npf) On Return On Assets (Roa) In Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah, Tbk For The Period 2009-2017. Journal Of Sharia Banking*, 1(2), 136–143.
- Nurhajjah, A. H. (n.d.). *Islamic Finance And Economic Development*.
- Rahayu, I., Liamita, C., Rostika, A., Rustaman, R., & Hidayat, S. (2016). *Pengaruh Suhu Sintering Terhadap Peningkatan Konduktivitas Litium Besi Fosfat Terkomposit Karbon Sebagai Bahan Katode Baterai Ion Litium. Jurnal Material Dan Energi Indonesia*, 6(02), 14–17.
- Riana, L. F., Sari, I. A., & Setyawan, D. F. (2021). Partisipasi Siswa pada Pembelajaran Daring Mata Pelajaran Ekonomi Kelas 12 IPS di SMA N 1 Singorojo Kabupaten Kendal. *SPIRIT EDUKASIA*, 37–46.
- San, Y. W., & Yazdanifard, R. (2014). How consumer decision making process differ from youngster to older consumer generation. *Journal of Research in Marketing*, 2(2), 151–156.
- Saraswati, R., Ristyawati, A., & Basworo, R. S. (2020). *Recent developments and changes in the governance of regional legal products in Indonesia: Supervision, evaluation and clarification mechanisms. International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(7), 1–9.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Setiawan, A. F. (2018). *Pemberdayaan Ekonomi Umat Berbasis Aplikasi Paytren Dan Tinjauannya Menurut Prinsip Bisnis Syari'ah (Studi pada PT Veritra Sentosa Internasional)*. University of

Muhammadiyah Malang.

- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Siringoringo, H., Dharmmesta, B. S., & Sugiharto, T. (2009). Model Pengaruh Persepsi akan Toko Ritel Modern pada Pengalaman Berbelanja. *E-Journal Gunadarma*, 1(1), 1–11.
- Solikin, T. (2016). *Bobot Akhir, Bobot Karkas, Dan Income Over Feed And Chick Cost Ayam Sentul Barokah Abadi Farm Ciamis*. *Students E-Journal*, 5(4).
- Suharto, M., Wibowo, A. A., & Suharti, P. H. (2020). Optimasi Pemurnian Etanol dengan Distilasi Ekstraktif Menggunakan ChemCAD. *Jurnal Teknologi Separasi*, 6(1), 1–7.
- Sumarwan, U., Fachrodji, A., & Nursal, A. (2011). *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. PT Penerbit IPB Press.
- Sundari, T., Nugrahaeni, N., & Susanto, G. W. A. (2016). Interaksi genotipe x lingkungan dan stabilitas hasil biji kedelai toleran naungan. *Jurnal Agronomi Indonesia (Indonesian Journal of Agronomy)*, 44(1), 16–25.
- Tjandra, E. A., & Tjandra, S. R. (2013). Hubungan antara komponen kognitif, komponen afektif dan komponen perilaku terhadap sikap konsumen memanfaatkan teknologi internet. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 42–52.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening (Studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Tuhana, A. S. M., & Daerobi, A. (2022). Evaluasi Pengelolaan Alokasi Dana Desa dalam Upaya Meningkatkan Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 1(1), 25–43.
- Wanti, F. K. P. (2012). Kemampuan laba bersih, arus kas operasi, dan rasio piutang untuk mempengaruhi arus kas masa mendatang pada perusahaan food and beverage di BEI. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 36–41.
- Wardandy, I. S., Mukson, M., & Prastiwi, W. D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 18(1), 1–16.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.
- Yuliawati, D. R. (2021). Optimalisasi Aplikasi Whatsapp dan Google Meet Untuk Penyampaian Materi Pada Pembelajaran Jarak Jauh. *Wasis: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1), 62–67.