

SIKAP DAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BAKSO CURAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Rahmat Sepriadi, Dyah Aring Hepiana Lestari, Maya Riantini

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35141, e-mail: dyah.aring@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the attitude of consumers and the factors that influence the purchase of meatballs bulk in Bandar Lampung. The markets which are analyzed in this research are Way Halim Market, Koga Market, and Gintung Market. The method that is used in this study is a survey method. Respondents in this study were selected randomly using the Accidental Sampling method. Respondents in this study were consumers of bulk beef meatballs that had bought bulk beef meatballs at least 3 times in the last 2 months. Types of data used in this study are primary data and secondary data. Before analyzing attitudes by Fishbein's multi-attribute analysis, the validity and reliability tests are first performed. To determine the factors that influenced the number of purchases of beef meatballs in bulk in Bandar Lampung City, multiple linear regression analysis is performed. Most respondents were housewives. The reaserch showed that attribute with the highest attitude score was the endurance attribute, while the cleanliness attribute, was the attribute with the smallest score. Factors that influence the number of consumers who bought meatballs in bulk were the price of bulk meatballs, the price of fish meatballs, the price of mustard greens, and the tastes of consumers. Fish meatballs were substitutes for bulk meatballs, if the price of bulk meatballs increases, consumers will choose to consume fish balls. Mustard was a complementary item from bulk meatballs, if the price of mustard greens increase, the purchase of bulk meatballs will decrease. Consumers who like the meatballs will tend to buy bulk meatballs with more amount than consumers who don't like.

Key words: attitude, consumers, decision, meatballs, purchasing

Received: 13 February 2020

Revised: 10 March 2020

Accepted: 20 April 2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v10i3.6146>

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian di Indonesia memegang peranan penting bagi kesejahteraan masyarakat. Bila sektor pertanian tertata dengan baik, maka kebutuhan pangan masyarakat dapat tercukupi. Seiring dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang kesehatan, manusia mulai sadar betapa pentingnya mengonsumsi makanan yang bergizi. Subsektor peternakan menjadi salah satu sektor strategis dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani sebagai bagian dari gizi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Salah satu makanan bergizi yang dibutuhkan oleh manusia adalah daging sapi, karena selain mengandung protein yang tinggi daging juga mengandung asam amino yang lengkap. Protein berfungsi sebagai zat pengatur dan pembangun. Protein berdasarkan sumbernya terbagi menjadi dua jenis, yaitu protein nabati dan protein hewani.

Negara Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 200 juta jiwa ini diperkirakan memiliki minat

yang besar dalam mengonsumsi daging sapi. Menurut hasil survei sosial ekonomi nasional yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2017, konsumsi daging sapi harian masyarakat di Indonesia mulai dari tahun 2013 sampai tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 0,58 persen per tahun (BPS, 2017).

Daging sapi sering diolah menjadi produk olahan. Menurut persatuan pedagang daging sapi di Kota Bandar Lampung, sebesar 50 persen produksi daging sapi dimanfaatkan olah pemilik usaha olahan daging sapi untuk diolah menjadi bakso. Bakso daging menurut BSN (1995) pada SNI No. 01-3818 1995 merupakan produk makanan basah berbentuk bulatan atau bentuk lain yang diperoleh dari campuran daging ternak yang dapat berupa sapi atau ayam dan pati dengan atau tanpa bahan tambahan pangan.

Bakso sapi menjadi salah satu makanan olahan daging sapi yang cukup digemari oleh sebagian besar masyarakat, hal ini dikarenakan produk olahan ini sangat mudah ditemui di pasar tradisional maupun di supermarket. Makanan ini

merupakan salah satu produk olahan yang mengandung protein tinggi. Konsumsi bakso sapi oleh masyarakat di Provinsi Lampung mengalami peningkatan pada tahun 2017. Berdasarkan data yang di peroleh dari BPS Provinsi Lampung tahun 2017, konsumsi rata-rata masyarakat Provinsi Lampung terhadap produk bakso mencapai 1,68 porsi dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp14.510/hari.

Besarnya jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung menjadikan potensi perkembangan industri pengolahan bakso sapi menjadi semakin besar. Selain maraknya merek dagang bakso sapi di Kota Bandar Lampung, masih banyak juga bakso sapi curah hasil olahan rumah tangga yang ada di pasaran. Produk olahan rumah tangga ini menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan produk bakso bermerek. Konsumen akan melakukan keputusan pembelian bakso sapi ini dengan pertimbangan yang berbeda-beda.

Sikap menjadi salah satu faktor penting bagi seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengonsumsi suatu produk. Faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen dalam mengonsumsi bakso sapi curah adalah warna bakso, kesegaran, tekstur, kekenyalan, aroma, kebersihan, rasa, dan harga dari bakso sapi curah tersebut. Faktor-faktor yang mendorong keputusan konsumen dalam membeli bakso sapi curah ialah harga bakso itu sendiri, harga barang lain, selera, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendapatan.

Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis sikap dan faktor-faktor yang memengaruhi pembelian bakso sapi curah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap konsumen, dan faktor yang memengaruhi pembelian bakso sapi curah di Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner pengumpulan data pokok. Pengertian survei menurut Singarimbun dan Effendi (1995), merupakan penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel suatu populasi yang mewakili seluruh populasi. Waktu pengambilan data dilakukan pada bulan Mei sampai bulan Juli 2019. Pengambilan data mengenai sikap dan pembelian konsumen bakso curah di Kota Bandar Lampung dilakukan di

pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung. Pasar tradisional yang dijadikan tempat penelitian adalah Pasar Koga, Pasar Way Halim, dan Pasar Pasir Gintung. Pemilihan lokasi pasar dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa tidak banyak pasar tradisional di Kota Bandar Lampung yang menjual bakso curah.

Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009), metode *Accidental Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah seorang konsumen yang sedang atau pernah membeli bakso curah minimal tiga kali pembelian dalam dua bulan terakhir serta bersedia untuk diwawancarai di tempat atau melalui telepon.

Banyaknya sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 60 responden. Pengambilan jumlah sampel ini didasari oleh teknik penentuan sampel menurut Maholtra (2005), dimana jumlah sampel diperoleh dari sekurang-kurangnya empat sampai lima kali jumlah variabel/atribut yang dianalisis. Dalam penelitian ini terdapat sembilan variabel yang di analisis. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner. Sumber data primer adalah konsumen yang sedang atau pernah membeli bakso curah. Pada penelitian ini, data sekunder berasal dari penelitian terdahulu serta data dari Badan Pusat Statistik seperti jurnal atau skripsi terdahulu serta data permintaan dan harga daging sapi serta bakso..

Sebelum menganalisis sikap konsumen terhadap bakso curah, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada pertanyaan yang ada didalam kuesioner. Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha (Arikunto 2002). Hal ini seperti pada penelitian Anggiasari, Indriani, dan Endaryanto (2016) yang juga menggunakan rumus Cronbach's Alpha untuk melakukan uji reliabilitas.

Pada penelitian ini nilai *corrected item* dari total korelasi pada semua atribut yaitu cita rasa, tekstur, warna, aroma, harga, kekenyalan, daya tahan, kebersihan, dan ukuran di atas 0,2 dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6 yang artinya kuesioner layak dijalankan karena pertanyaan yang telah valid dan reliabel. Sementara itu untuk

mengetahui sikap konsumen digunakan analisis *Multiatribut Fishbein* dengan rumus menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994):

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i \cdot e_i) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- A_o = sikap terhadap objek
- b_i = kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut *i*
- e_i = evaluasi mengenai atribut *i*
- n = jumlah atribut yang ada pada objek

Variabel A_o adalah sikap konsumen terhadap produk (dalam hal ini bakso curah), yang diperoleh dari setiap skor evaluasi (*e_i*) dengan skor kepercayaan (*b_i*) konsumen terhadap atribut yang dimiliki bakso curah (Engel *et al*, 1994). Evaluasi atribut menggambarkan tentang evaluasi terhadap atribut-atribut yang dimiliki bakso curah yang diukur dengan skor (5), (4), (3), (2), (1).

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji faktor-faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian bakso curah seperti harga bakso curah, pendapatan, harga barang lain (bakso kemasan bermerek, bakso ikan curah, bakso ayam curah, sawi, dan mie), jumlah anggota keluarga dan selera, model regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + d_1 D_1 + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Y = Jumlah pembelian (kg)
- α = Konstanta
- β_i = Koefisien variabel bebas (i= 1-8)
- d₁ = Koefisien variabel *dummy*
- X₁ = Harga bakso curah (Rp/kg)
- X₂ = Pendapatan rumah tangga responden (Rp/bulan)
- X₃ = Harga bakso kemasan (Rp/kg)
- X₄ = Harga bakso ayam (Rp/kg)
- X₅ = Harga bakso ikan (Rp/kg)
- X₆ = Harga sawi (Rp/kg)
- X₇ = Harga mie (Rp/kg)
- X₈ = Jumlah anggota keluarga (jiwa)
- D₁ = Selera (sikap konsumen)
D₁ = 0 (tidak Suka) D₁ = 1 (suka)
- e = Error

Nilai koefisien determinasi diantara satu dan nol. Apabila nilai R² kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Ketika nilai R² mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian secara bersama-sama dilihat berdasarkan perbandingan nilai F hitung dan melihat tingkat signifikansinya, lalu membandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 10 persen (α = 0,10). Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian dilihat berdasarkan nilai signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 10 persen (α = 0,10). Jika t hitung memiliki nilai signifikansi lebih besar dari α maka Ho diterima. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari α maka Ho ditolak.

Karena penelitian ini menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) maka perlu dilakukan uji asumsi klasik diantaranya uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Menurut Ghazali (2011), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi bebas dari multiolinieritas bila nilai VIF tidak lebih dari 10. Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas digunakan uji white. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai *prob.value chi square* > 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Bakso Curah di Bandar Lampung

Dari 60 responden, sebesar 85 persen berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar berusia antara 25-54 tahun. Rentang usia responden ini menunjukkan bahwa konsumen bakso curah adalah konsumen dalam usia produktif. Konsumen bakso curah ini memiliki jenjang pendidikan dari SMP hingga Strata 2. Sebagian besar konsumen (45%) memiliki pendidikan terakhir Strata 1. Pekerjaan responden pada penelitian ini cukup beragam, sebagian besar adalah ibu rumah tangga (26,67%), sementara pekerjaan lainnya adalah karyawan (18,33%), PNS (18,33%), guru (16,67%), wiraswasta (15%), buruh (3,33%), dan pedagang (1,67%). Rata-rata anggota keluarga responden berjumlah 2-4 orang,

Tabel 1. Skor evaluasi (*ei*) terhadap atribut bakso curah

Atribut	Tingkat kepentingan atribut bakso curah					Jumlah	Rata-rata <i>ei</i>
	5	4	3	2	1		
Cita Rasa	17	20	23	0	0	234	3,90
Tekstur	17	19	20	4	0	229	3,82
Warna	14	28	14	4	0	232	3,87
Aroma	17	24	17	2	0	236	3,93
Harga	21	24	10	5	0	241	4,02
Kekenyalan	17	28	15	0	0	242	4,03
Daya Tahan	19	26	14	1	0	243	4,05
Kebersihan	7	33	20	0	0	227	3,78
Ukuran	19	26	9	6	0	238	3,97

sebesar 50 persen memiliki anggota keluarga sebanyak empat orang. Pada penelitian ini, sebagian besar responden bakso curah (73,3%) memiliki pendapatan rumah tangga sebesar Rp4.500.000,00-Rp6.900.000,00 per bulan, sementara sisanya sebesar 26,67 persen memiliki pendapatan rumah tangga sebesar Rp6.910.000,00-Rp9.300.000,00. Pendapatan yang cukup variatif menunjukkan bahwa produk bakso curah dapat dijangkau dan dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat.

Sikap Konsumen Bakso Curah di Kota Bandar Lampung

Sikap merupakan sebuah ungkapan perasaan seseorang terhadap suatu objek apakah disukai atau tidak. Sikap konsumen terhadap suatu produk menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari produk tersebut. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan konsep perilaku. Kepercayaan, sikap, dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk (Sumarwan 2003).

Evaluasi atribut (*ei*) bakso curah

Pada penelitian ini evaluasi terhadap atribut bakso curah menunjukkan tingkat kepentingan suatu atribut didalam bakso curah. Penilaian terhadap atribut ini dimulai dari skor 5-1. Dengan dilakukannya evaluasi terhadap atribut ini membuat konsumen dapat menentukan atribut mana didalam bakso curah yang dianggap paling penting sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Dari hasil evaluasi atribut (*ei*) atribut daya tahan produk memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa daya tahan produk menjadi atribut yang penting untuk diketahui sebelum melakukan pembelian bakso curah, hal ini dikarenakan daya tahan produk akan memengaruhi rasa dan keamanan produk ketika ingin disimpan sebelum dikonsumsi.

Sementara atribut kebersihan memiliki skor terkecil yaitu sebesar 3,78, hal ini dikarenakan konsumen tidak terlalu memikirkan kebersihan lokasi penjual bakso sapi curah. Hasil perhitungan evaluasi atribut bakso curah di Kota Bandar Lampung disajikan pada Tabel 1.

Kepercayaan atribut (*bi*) bakso curah di Kota Bandar Lampung

Kepercayaan konsumen terhadap produk adalah pengetahuan konsumen terhadap manfaat yang ada didalam suatu produk. Kepercayaan konsumen ini menjadi faktor pendorong seorang konsumen dalam menentukan sikap. Dengan pengukuran tingkat kepercayaan konsumen dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli suatu barang.

Atribut ukuran bakso menjadi atribut yang memiliki skor rata-rata besar yakni sebesar 4,05. Atribut kebersihan memiliki skor kepercayaan yang paling rendah, hal ini menggambarkan bahwa kebersihan di lingkungan pasar tempat bakso curah ini dijual memerlukan perhatian. Hasil penghitungan kepercayaan atribut (*bi*) bakso curah dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Skor kepercayaan (*bi*) terhadap bakso curah di Kota Bandar Lampung

Atribut	Tingkat Kepercayaan Bakso Curah					Jumlah	Rata-Rata <i>bi</i>
	5	4	3	2	1		
Cita Rasa	12	28	19	1	0	231	3,85
Tekstur	13	21	21	5	0	222	3,70
Warna	14	14	27	5	0	217	3,62
Aroma	9	27	23	1	0	224	3,73
Harga	14	25	19	2	0	231	3,85
Kekenyalan	12	28	20	0	0	232	3,87
Daya Tahan	16	28	16	0	0	240	4,00
Kebersihan	0	31	29	0	0	211	3,52
Ukuran	15	33	12	0	0	243	4,05

Sikap (Ao) terhadap atribut bakso curah di Kota Bandar Lampung

Sikap konsumen merupakan hasil perkalian skor evaluasi atribut (*ei*) dengan skor kepercayaan atribut (*bi*). Hasil tersebut menunjukkan sikap konsumen berdasarkan skor tertinggi dan terendah dari masing-masing atribut yang ada pada bakso curah.

Atribut dengan nilai tertinggi memiliki pengaruh paling besar terhadap sikap konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Berdasarkan hasil perhitungan sikap (Ao) terhadap atribut bakso curah, atribut daya tahan menjadi atribut dengan skor tertinggi sebesar 16,20. Hal ini dikarenakan konsumen lebih suka menyimpan produk bakso curah sebelum mengonsumsinya. Atribut daya tahan memiliki pengaruh besar terhadap sikap konsumen dalam mengonsumsi bakso curah. Hasil perhitungan multiatribut sikap (Ao) terhadap bakso curah di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 3.

Atribut daya tahan memiliki skor paling besar, hasil ini berbeda dari penelitian Pratama, Indriyani, dan Endaryanto (2017), yang menyatakan bahwa skor sikap tertinggi pada pecel lele adalah atribut rasa. Perbedaan ini dikarenakan konsumen lebih mementingkan daya tahan produk bakso curah, dikarenakan konsumen menyimpan terlebih dahulu bakso curah sebelum dikonsumsi. Atribut kebersihan menjadi atribut dengan skor sikap paling kecil yaitu sebesar 13,30, yang artinya faktor kebersihan mempengaruhi sikap konsumen dikarenakan kebersihan di lokasi penjualan bakso curah masih perlu perhatian dari semua pihak.

Tabel 3. Skor multiatribut sikap (Ao) terhadap bakso curah di Kota Bandar Lampung

No	Atribut	Bi	Ei	bi*ei
1	Cita Rasa	3,85	3,90	15,02
2	Tekstur	3,70	3,82	14,12
3	Warna	3,62	3,87	13,98
4	Aroma	3,73	3,93	14,68
5	Harga	3,85	4,02	15,46
6	Kekenyalan	3,87	4,03	15,60
7	Daya Tahan	4,00	4,05	16,20
8	Kebersihan	3,52	3,78	13,30
9	Ukuran	4,05	3,97	16,07
AO=∑ ei*bi				134,44

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini digunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) sehingga perlu dilakukan uji asumsi klasik diantaranya uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Setelah dilakukan uji multikolinearitas, diperoleh hasil bahwa pada model regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini diketahui dari nilai VIF pada masing-masing variabel tidak lebih dari 10. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan uji *white* diketahui bahwa pada model regresi tidak terdapat masalah heterokedastis karena nilai *prob.value chi square* > 0,05. Nilai VIF masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pembelian Bakso Curah di Kota Bandar Lampung

Analisis faktor yang memengaruhi pembelian dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh terhadap pembelian bakso curah. Berdasarkan hasil penelitian, sebesar 50 persen responden melakukan pembelian bakso curah sebanyak 0,5-1 kg, sebesar 33,33 persen responden melakukan pembelian bakso curah sebesar 1,25-1,75 kg, sementara sisanya sebesar 16,67persen responden melakukan pembelian bakso curah di atas 2 kg dengan rata-rata pembelian bakso sapi curah perrumah tangga konsumen adalah sebesar 1,275 kg per bulan. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* pembelian bakso curah di Kota Bandar Lampung sebesar 0,1915. Nilai tersebut menyatakan bahwa sebesar 19,15 persen variasi jumlah pembelian bakso curah di Kota Bandar Lampung dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang ada di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 80,85 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model.

Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dilihat dari nilai F-hitung dan signifikansinya. Pada penelitian ini nilai F-hitung sebesar 2,5531 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,07 dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 persen. Hal ini menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh nyata terhadap pembelian bakso curah di Kota Bandar Lampung. Hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 4. Nilai VIF variabel faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pembelian bakso curah

Variabel	VIF
Konstanta (C)	N/A
Pendapatan (X1)	1,3105
Jumlah Anggota Keluarga (X2)	1,1169
Harga Bakso Curah (X3)	1,0763
Harga Bakso Kemasan (X4)	1,1869
Harga Bakso Ayam (X5)	1,1512
Harga Bakso Ikan (X6)	1,2058
Harga Sawi (X7)	1,2166
Harga Mie (X8)	1,3204
Selera (D1)	1,0982

Berdasarkan hasil regresi, terdapat empat variabel yang berpengaruh nyata terhadap pembelian bakso curah adalah variabel harga bakso curah, harga bakso ikan, harga sawi, dan selera. Variabel harga bakso curah berpengaruh nyata negatif dengan kepercayaan sebesar 95 persen, hasil ini sesuai

dengan penelitian Sari, Murniati, dan Sayekti (2017) yang menyatakan bahwa harga ikan lele berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan lele oleh pedagang pecel lele. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Aryani dan Jember (2019) yang menyatakan bahwa harga daging ayam broiler akan menentukan permintaan ayam broiler.

Variabel harga bakso ikan berpengaruh nyata terhadap pembelian bakso sapi curah dengan kepercayaan sebesar 90 persen.

Tabel 5. Hasil analisis regresi berganda faktor-faktor yang memengaruhi pembelian bakso curah di Kota Bandar Lampung

Variabel	Koefisien	Prob.	VIF
Konstanta (C)	8,9199	0,1583	N/A
Pendapatan (X1)	5,7777	0,4779	1,3105
Jumlah Anggota Keluarga (X2)	0,4157	0,7779	1,1169
Harga Bakso Curah (X3)	-7,9111**	0,05	1,0763
Harga Bakso Kemasan(X4)	-1,5666	0,6681	1,1869
Harga Bakso Ayam (X5)	6,0222	0,8251	1,1512
Harga Bakso Ikan (X6)	8,2777*	0,055	1,2058
Harga Sawi (X7)	-0,0003**	0,0266	1,2166
Harga Mie (X8)	-0,0001	0,4316	1,3204
Selera (D1)	0,3347*	0,0895	1,0982
F hitung	2,5531	0,0169	
R-Square	0,3148		
Adj R-Square	0,1915		
Obs* R-Square	14,6015		
Prob. Chi-Square	0,1025		

Ket : **: Tingkat kepercayaan sebesar 95%

*: Tingkat kepercayaan sebesar 90%

Bakso ikan dalam penelitian ini merupakan barang substitusi dari bakso sapi curah. Hasil ini sesuai dengan teori Lipsey *et al.* (1995) yang menyatakan bahwa kenaikan harga barang substitusi suatu barang maka akan menggeser kurva permintaan barang itu ke kanan. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Hanafi, Daris, dan Rochaeni (2014) yang menyatakan bahwa permintaan tempe akan meningkat ketika harga tahu sebagai barang substitusi mengalami peningkatan.

Variabel harga sawi berpengaruh nyata negatif terhadap pembelian bakso sapi curah dengan kepercayaan sebesar 95 persen, hasil ini sesuai dengan penelitian Prasetyo, Sayekti, dan Kasymir (2018) yang menyatakan bahwa permintaan tempe oleh konsumen akan menurun ketika harga telur sebagai barang komplementer mengalami kenaikan. Sementara itu variabel selera berpengaruh nyata terhadap pembelian bakso sapi curah dengan kepercayaan sebesar 90 persen. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianti, Kustopo, dan Hery (2018), konsumen dengan selera suka akan memiliki keinginan untuk membeli ayam broiler dengan jumlah lebih banyak dibandingkan konsumen yang tidak suka.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar konsumen memiliki selera suka terhadap bakso curah. Skor multiatribut sikap yang terbesar adalah atribut daya tahan. Sementara atribut kebersihan merupakan atribut dengan skor multiatribut sikap yang paling kecil. Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian bakso sapi curah di Kota Bandar Lampung adalah harga bakso sapi curah itu sendiri, harga bakso ikan, harga sawi, dan selera konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiasari NM, Indriani Y, Endaryanto T. 2016. Sikap dan pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 4(4): 391-397. [http://jurnal.fp.unila.ac.id/index .php /JI A/article/view/1521/1375.pdf](http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JI_A/article/view/1521/1375.pdf). [20 Maret 2019].
- Arikunto S. 2002. *Metodologi Penelitian*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani GAD dan Jember IM. 2019. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan daging ayam boiler di Provinsi Bali. *Jurnal*

- UNUD 8 (5): 1062-1091. **Error! Hyperlink reference not valid.** [13 Oktober 2019].
- Badan Standarisasi Nasional (BSN). 1995. *Bakso Daging (SNI 01-3818-1995)*. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Lampung. 2017. *Statistik Provinsi Lampung*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- BPS (Badan Pusat Statistik). 2017. *Survei Ekonomi Nasional (SUSENAS) Besaran Konsumsi Harian Daging Sapi di Indonesia tahun 2013-2017*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Engel JF, Blackwell RD, dan Miniard PW. 1994. *Consumer Attitude, Jilid 1*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Febrianti R, Kustopo B, dan Hery S. 2018. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler pada rumah tangga di Kabupaten Demak. *Jurnal Agrisaintifika FPUNIVET* 2(1): 73-78. <http://jurnal.agrisaintifika.fpunivet.ac.id/index.php/AGRISAINTEFIKA/article/view/42>. [18 Februari 2020].
- Ghozali I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17*. Cetakan Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafi FI, Daris E, dan Rochmaeni S. 2014. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di Kelurahan Jurang Mangu Timur Pondok Aren Tangerang Selatan. *Journal UINJKT* 8(1): 45-57. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/agribusin> [ess/article/view/5128](http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/agribusin/ess/article/view/5128). [18 Februari 2020].
- Lipsey RG., Steiner PO, dan Purvis DD. 1995. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Malhotra. 2005. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Prasetyo RE, Sayekti WD, dan E Kasymir. 2018. Tingkat kepuasan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 6 (4): 368-375. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3056>. [12 September 2019].
- Pratama DY, Indriyani Y, Endaryanto T. 2017. Sikap dan kepuasan konsumen terhadap konsumsi makanan pecel lele di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 5 (2): 200-205. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1659/1485>. [10 Maret 2020].
- Sumarwan U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sari MA, Murniati K, Sayekti WD. 2017. Analisis permintaan ikan lele (*Clarias sp*) oleh pedagang pecel lele di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 5(2): 149-155. **Error! Hyperlink reference not valid.** [25 Februari 2020].
- Singarimbun M, dan Effendi S. 1995. *Metode Penelitian Survei*. IKIP Semarang Press. Semarang.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung