

RINGKASAN

Riswani Dewi (08320210088). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Daging Ayam Potong pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sungguminasa, Kecamatan Sumbo Opu, Kabupaten Gowa). Di bawah bimbingan ibu Ida Rosada dan ibu St.Sabahannur.

Perilaku konsumen adalah studi tentang pembuatan keputusan. Karakteristik konsumen adalah bagian dari perilaku konsumen sehingga perusahaan yang menjual suatu produk perlu mengenal karakteristik konsumen dan model keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen untuk dapat bersaing secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mendeskripsikan karakteristik pedagang dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa. (2) Mendeskripsikan karakteristik konsumen dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa. (3) Mendeskripsikan faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa. (4) Menganalisis pengaruh faktor (kehalalan, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) terhadap perilaku konsumen dalam membeli daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa. Penelitian ini dilaksanakan pada Pasar Tradisional Sungguminasa Kabupaten Sumbo Opu. Dipilihnya lokasi ini dengan pertimbangan bahwa Pasar Sungguminasa merupakan salah satu pasar yang memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan ayam potong di daerah tersebut. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan dimulai dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2025. Populasi pedagang ayam potong sebanyak 6 orang pedagang. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode sensus, yaitu mengambil pedagang sebanyak 6 orang. Sedangkan sampel untuk konsumen diambil secara purposive dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu sebanyak 10 orang pada setiap pedagang ayam dengan total 60 orang. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, data yang dikumpulkan kemudian dianalisis. Analisis karakteristik konsumen, pedagang dan profil tempat penjualan daging ayam

dianalisis secara analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif untuk mendeskripsikan bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian daging ayam halal.

Hasil penelitian ini menunjukkan, Karakteristik mayoritas pedagang ayam potong berusia antara 18 hingga 47 tahun, dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 4 orang sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 2 orang. Tingkat pendidikan SD sampai SMA dapat memengaruhi pemahaman manajemen usaha dan pemasaran. Pendapatan bulanan berkisar antara Rp 5.000.000 hingga Rp 15.000.000, yang menunjukkan adanya variasi dalam skala usaha dan volume penjualan. Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dapat berpengaruh terhadap menjalankan usaha, termasuk dalam hal pelayanan, kualitas produk, dan strategi pemasaran. Konsumen pembeli ayam potong pada pasar tradisional terbanyak adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 40 orang, dengan usia paling muda yaitu Risnawati 24 tahun, tingkat pendidikan SMA dengan pendapatan sebanyak Rp 1.650.000/ bulan serta usia paling tua yaitu Dg Baji 63 tahun, pendidikan SD dengan pendapatan Rp 1.000.000/ bulan. Sedangkan konsumen berjenis kelamin laki laki sebanyak 20 orang, usia paling muda yaitu haryadi 18 tahun pendidikan SMA dan belum memiliki pendapatan serta konsumen laki laki yang paling tua yaitu Mansur 55 tahun tingkat pendidikan SD dengan pendapatan RP 1.000.000/ bulan. Tingkat pendidikan terdiri dari SD hingga S1, pendapatannya bervariasi dari sekitar Rp 1 juta hingga Rp 10 juta per bulan. Faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa adalah faktor harga. Perilaku konsumen terhadap pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa factor Kehalalan dan faktro Kualitas pelayanan perbengaruh tidak signifikan serta factor harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan.

Kata kunci : Perilaku, Konsumen, Pedagang, Faktor Utama.