

ABSTRACT

Broiler chicken is the primary choice for meeting protein needs due to its affordability and availability. Consumers generally purchase broiler chicken from traditional and modern markets, with consumer perception playing a crucial role in determining the preferred purchase location. This study aims to (1) analyze differences in consumer perceptions of cultural, psychological, social, personal, and technological development factors in purchasing broiler chicken at traditional and modern markets, and (2) analyze the influence of cultural, psychological, social, personal, technological development, and demographic factors on purchase decisions. The research was conducted at two traditional markets, Pasar Kolombo and Pasar Condongcatur, and two modern markets, Superindo Jalan Kaliurang and Hypermart Pakuwon Mall, in Kapanewon Depok, Sleman Regency. The sample included 128 consumers selected using probability sampling with a random sampling method, while locations were determined through spatial sampling based on geographical proximity to the markets. Data analysis utilized the Mann-Whitney test to observe differences in consumer perceptions and binary logistic regression to analyze the influence of factors on purchase decisions. Results showed that consumers prefer traditional markets over modern markets. In traditional markets, consumers had positive perceptions of psychological and personal factors, moderately positive perceptions of cultural and social factors, and negative perceptions of technological development. In modern markets, perceptions were positive for technological development, moderately positive for psychological and personal factors, and negative for cultural and social factors. Psychological, social, personal, technological factors, and family size positively influenced purchase decisions in traditional markets.

Keywords: *Broiler Chicken, Consumer Perception, Modern Markets, Purchasing Decisions, Traditional Markets.*

INTISARI

Daging ayam broiler merupakan pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan protein karena harganya yang terjangkau dan mudah diperoleh. Pembelian daging ayam broiler umumnya dilakukan di pasar tradisional dan modern, dengan persepsi konsumen memegang peran penting dalam menentukan pilihan tempat pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis secara rinci perbedaan persepsi konsumen terhadap faktor budaya, psikologis, sosial, pribadi, dan perkembangan teknologi dalam pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional dan modern, (2) menganalisis pengaruh faktor budaya, psikologis, sosial, pribadi, dan perkembangan teknologi serta faktor-faktor demografis lainnya terhadap keputusan pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional dan modern. Penelitian dilakukan di dua pasar tradisional, yaitu Pasar Kolombo dan Pasar Condongcatur, serta dua pasar modern, yaitu Superindo Jalan Kaliurang dan Hypermart Pakuwon Mall, di Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman. Sampel penelitian melibatkan 128 konsumen yang dipilih menggunakan *probability sampling* dengan metode *random sampling*, sedangkan lokasi ditentukan melalui *spatial sampling* berdasarkan kedekatan geografis dengan pasar. Analisis data menggunakan uji *Mann Whitney* untuk melihat perbedaan persepsi konsumen terhadap faktor budaya, psikologis, sosial, pribadi dan perkembangan teknologi. Analisis regresi logistik biner untuk menganalisis pengaruh faktor budaya, psikologis, sosial, pribadi, perkembangan teknologi dan demografis terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih pasar tradisional dibandingkan pasar modern. Pada pasar tradisional, persepsi konsumen dinilai positif pada faktor psikologis dan pribadi, cukup positif pada faktor budaya dan sosial, serta tidak positif pada perkembangan teknologi. Pada di pasar modern, persepsi konsumen dinilai positif pada faktor perkembangan teknologi, cukup positif pada faktor psikologis dan pribadi, serta tidak positif pada faktor budaya dan sosial. Faktor psikologis, sosial, pribadi, perkembangan teknologi, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional.

Kata Kunci: Daging Ayam Broiler, Keputusan Pembelian, Pasar Modern, Pasar Tradisional, Persepsi Konsumen