

Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler: Sistematis Review

Sindi Sawalia^{1*}, Nadia Rosa², Angelica Salsabila³, Intani Dewi⁴

¹⁻⁴Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Pajajaran, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

*Korespondensi penulis: sindisawalia@apps.ipb.ac.id

Abstract.. Consumer behavior in purchasing broiler chicken is influenced by various interrelated factors. This study aims to analyze the impact of consumer behavior on broiler chicken purchases and identify the key factors that determine purchasing decisions. The research method employed is the Systematic Literature Review (SLR) with the PRISMA approach, analyzing national and international journals published between 2020-2025. After a rigorous selection process, 13 journals were deemed relevant and included in the final analysis. The findings reveal that personal factors have the most significant influence on broiler chicken purchasing decisions, with an involvement level of 100%. This factor includes price, quality product, appearance, packaging, and hygiene. Additionally, cultural factors contribute 15%, followed by social factors and psychological factors at 23%. These findings emphasize the importance of understanding consumer behavior in developing effective marketing strategies. By recognizing the primary factors influencing purchasing decisions, broiler chicken producers and retailers can optimize their product offerings, pricing strategies, and promotional approaches to better meet consumer needs and preferences.

Keywords: Consumer behavior, purchasing decisions, broiler chicken, personal factors, Systematic Literature Review

Abstrak. Perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler serta mengidentifikasi faktor utama yang menentukan keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan pendekatan PRISMA, yang melibatkan analisis terhadap 15 jurnal nasional maupun internasional yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2020-2025. Setelah melalui proses seleksi, sebanyak 13 jurnal dinyatakan relevan dan digunakan dalam analisis lebih lanjut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian ayam broiler, dengan tingkat keterlibatan mencapai 100%. Faktor ini mencakup aspek harga, kualitas produk, tampilan, kemasan, dan kebersihan. Selain itu, faktor budaya sebesar 15%, sosial, dan psikologis masing-masing memiliki pengaruh sebesar 23%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen menjadi aspek krusial bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, produsen dan pedagang ayam broiler dapat menyesuaikan produk, harga, serta strategi promosi agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Kata kunci: Perilaku konsumen, keputusan pembelian, ayam broiler, faktor pribadi, Systematic Literature Review.

1. LATAR BELAKANG

Pada saat ini, usaha peternakan mengalami kemajuan yang signifikan, seperti yang terlihat, bahwa banyaknya perusahaan peternakan yang telah berdiri dan berkembang di sekitar kita (Utiah, Kalangi, & Oroh. 2021). Produk peternakan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia ialah ayam broiler. Ayam broiler menjadi salah satu

sumber protein hewani yang paling populer karena harganya yang murah dan mudah didapat. Pertumbuhan penduduk yang meningkat dan perubahan gaya hidup masyarakat yang meningkat menyebabkan permintaan konsumen terhadap ayam broiler meningkat. Di sisi lain, perilaku konsumen dalam membeli ayam broiler juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, lokasi, dan kualitas produk (Handayani & Wicaksana. 2024).

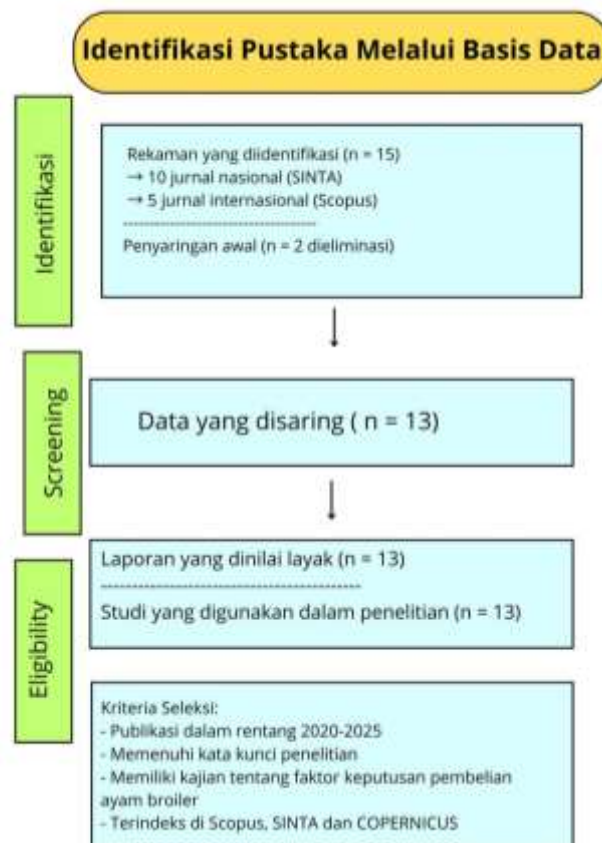
Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana konsumen suatu barang atau jasa dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan sikap, perilaku, atau perhatiannya (Haraphap *et al.*, 2023). Memahami perilaku konsumen bukanlah hal yang sederhana karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari faktor internal maupun eksternal (Sukawati, Meliantari, & Mulyana. 2022). Teori perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya termasuk faktor psikologis, sosial, budaya, dan ekonomi dapat digunakan untuk memahami pola konsumsi ayam broiler di masyarakat. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berperan penting dalam mengambil keputusan konsumen dalam membeli ayam broiler. Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka dapat dirumuskan permasalahan mengenai bagaimana perilaku konsumen mempengaruhi keputusan dalam pembelian ayam broiler. Faktor manakah yang lebih berpengaruh dalam proses pembelian ayam broiler pada konsumen. Maka dari itu tujuan ini untuk membandingkan pengaruh perilaku konsumen dalam pembelian produk ayam broiler serta mengidentifikasi faktor utama yang menentukan pilihan konsumen dalam pembelian ayam broiler

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam *literatur review* ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan *Preferred Reporting Items For Systematic Reviews and Meta Analyses* (PRISMA). Studi literatur dilakukan dengan mengidentifikasi, menyeleksi, dan menganalisis hasil penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan dalam jurnal ilmiah yang membahas berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh melalui pencarian literatur dari berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, dan Publish or Perish. Data yang dikumpulkan berasal dari jurnal-jurnal yang membahas “consumer behavior in broiler chicken purchase”, “factor affecting broiler buying decision”, “Perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler”, “faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ayam broiler”. Kriteria pemilihan jurnal

dalam penelitian ini didasarkan pada keterbaruan penelitian dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 hingga 2025, guna memastikan keterbaruan penelitian. Selain itu, jurnal yang dipilih harus berfokus pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam broiler. Dalam tahap identifikasi pencarian menghasilkan 15 jurnal yang terdiri dari 10 jurnal Nasional yang terakreditasi SINTA dan 5 jurnal Internasional yang terindeks SCOPUS atau COPENICUS. Tahap pertama dalam Proses analisis dilakukan dengan ekstraksi data, dimana menyeleksi jurnal yang membahas terkait faktor apa saja yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian ayam broiler. Kemudian tahap kedua adalah kategorisasi faktor, yaitu mengelompokkan temuan berdasarkan variabel utama seperti faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Tahap ketiga adalah analisis komparatif, yang dilakukan dengan membandingkan hasil dari berbagai penelitian guna mengidentifikasi temuan di masing masing jurnal.

Melalui studi literatur ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil analisis ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha, akademisi, dan pemangku kepentingan dalam industri untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 1. Identifikasi Basis Data

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pencarian jurnal yang memenuhi persyaratan yaitu sebanyak 13 jurnal, yang terbagi menjadi 8 jurnal nasional dan 5 jurnal internasional. Jurnal tersebut telah terindeks Sinta, Scopus, dan Copernicus dengan rentan waktu 2020 - 2025. Pengelompokan jurnal dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1. Pengelompokan jurnal

NO	Nama Penulis	Judul Jurnal	Terindeks Sinta atau Scopus	Waktu Publikasi
1.	Faiqoh. N. K, Sodarto.T, dan Rizkyah. N	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler Di Pasar Modern Kota Bekasi	Sinta 4	2023
2.	Oroh. F. N. S, Pangemanan. S. P, dan Pandiangan. G. V	Perilaku Konsumen Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Dan Modern	Sinta 4	2023
3.	Utiah. N. P, Kalangi. J. K. J, dan Oroh. F. N. S	Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pada Pasar Tradisional Dan Modern Di Kota Manado	Sinta 4	2021
4.	Dzakiyyah. R. W. A,dan Agustina. T	Determinan Pengambilan Keputusan Konsumen Daging Ayam Ras Di Pasar	Sinta 3	2021

Tradisional Murni Dan SNI
Kabupaten Situbondo

5. Ramadhanti. S. F, Handayani. M, dan Mukso. M Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor Sinta 3 2023
- 6 Dhita. L, Setiadi. A, dan Santoso. S. I Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Broiler Dan Ayam Kampung Di Pasar Tradisional Kota Cilegon Sinta 3 2024
7. Sari. A. W, dan Murtani. A Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi di Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara Sinta 5 2025
8. Handayani. E. P. S, dan Wicaksana. B. E. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler Di Prima Fresh Mart Kabupaten Pati Sinta 5 2024

- | | | | | |
|-----|---|---|------------|------|
| 9. | Rizkina. F. D,
Aulia. A. n,
Muliasari. R. M,
dan Takenouchi.
N | Analysis Of Consumer
Behavior Factors On
Willingness To Buy Chicken
Meat With Halal Labels At
Traditional Markets In
Jember Area | Scopus | 2022 |
| 10. | Melani, Limi. M.
A, dan Slamet. A | The Factors Affecting
Broiler Chicken Demand In
Kendari City During The
Covid – 19 Pandemic | Scopus | 2022 |
| 11. | Faqih.A, Aisyah.
S, Sya'bani. H. F,
Ramadhan. R. A,
Darmandi. T. R,
dan Yusuf. P. M | Analysis Of Consumer
Preferences In Buying
Broiler Chicken Meat | Copernicus | 2023 |
| 12. | Bosque. C. I. E.
D, Spiller. A, dan
Risius. A. | Who Wants Chicken?
Uncovering Consumer
Preferences for Produce of
Alternative Chicken Product
Methods | Scopus | 2021 |
| 13. | Winata. B. T,
Lubis. A. S,
Utama. I, Habra.
M. D, dan
Arfanti. Y | The Influence Of Consumer
Preferences, Price And
Quality Of Broiler Chicken
On Decision Purchase At
RN FARM In Tumpatan
Village Deli Serdang | Copernicus | 2024 |

Dari hasil *literature review* pada jurnal yang telah dicari menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam membeli ayam broiler dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor budaya,

sosial, pribadi, dan psikologis. Untuk memahami faktor mana yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian ayam broiler, dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Faktor - faktor perilaku konsumen

Fokus	Atribut	Sumber
Faktor Budaya	Gaya Hidup, Keyakinan, Norma, Tradisi, Merek, Kepercayaan,	(Bosque, Spiller, & Risius. 2021) ; (Rizkina <i>et al.</i> 2022) ;
Faktor Sosial	Referensi Lingkungan Kelompok, Pelayanan, Kelas Sosial, Pengaruh Keluarga.	(Dzakiyyah & Agustina. 2021) ; (Melani, Limi & Slamet. 2022) ; (Ramadhanti, Handayani & Mukson 2023) ;
Faktor Pribadi	Harga, Kualitas Produk, Tampilan Produk, Kemasan, Kebersihan, Daya Tahan, Kualitas, Lokasi, Pelayanan, Kebersihan, Daya Tahan, Pekerjaan, Usia, Pendapatan, Pengetahuan, Konten Informasi, Promosi.	(Bosque, Spiller, & Risius. 2021) ;(Dhita, Setiadi & Santoso. 2024) ; (Dzakiyyah & Agustina. 2021) ;(Faiqoh, Soedarto & Rizkyah. 2023) ; (Faqih <i>et al.</i> , 2023) ; (Handayani & Wicaksana. 2024) ;(Melani, Limi & Slamet. 2022) ; (Oroh, Pengemanan & Pandiangan. 2023) : (Ramadhanti, Handayani & Mukson 2023) ; (Sari & Murtani. 2024) ; (Utiah, Kalangi & Oroh. 2021) ; (Winata <i>et al.</i> , 2024). (Rizkina <i>et al.</i> 2022)
Faktor Psikolog	Motivasi, Persepsi, pengetahuan, pengalaman, selera, sikap.	(Dhita, Setiadi & Santoso. 2024) ;(Faiqoh, Soedarto & Rizkyah. 2023) ; (Sari & Murtani. 2024)

Hasil *literatur review* yang dilakukan berdasarkan analisis terhadap 13 jurnal. Menunjukkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler sebesar 15%. Selain itu, faktor sosial juga berkontribusi terhadap keputusan konsumen dalam membeli ayam broiler dengan persentase 23%. Sementara itu, faktor pribadi memiliki pengaruh yang paling dominan, dengan tingkat keterlibatan mencapai 100%, yang menunjukkan bahwa setiap individu memiliki preferensi dan pertimbangan pribadi dalam proses pembelian. Adapun faktor psikologis turut mempengaruhi keputusan pembelian dengan persentase 23%, yang mencerminkan bagaimana persepsi, motivasi, dan keyakinan konsumen dapat mempengaruhi pilihan mereka terhadap produk ayam broiler.

Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pengalaman, serta sikap dan keyakinan berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli ayam broiler. Faktor-faktor ini dapat memperkuat preferensi konsumen terhadap merek atau jenis ayam broiler tertentu. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis, termasuk bagaimana konsumen memandang produk, pengalaman yang mereka miliki, serta sikap mereka terhadap pilihan yang tersedia (Faiqoh, Soedarto, & Rizkiyah. 2023 ; Dhita, Setiadi & Santoso. 2024 ; Sari & Murtani. 2024)

Faktor budaya juga berperan penting dalam perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler, karena Gaya Hidup, Keyakinan, Norma, Tradisi, Merek, Kepercayaan dalam suatu masyarakat dapat mempengaruhi preferensi mereka. Seperti gaya hidup masyarakat dengan memilih produk ayam broiler yang diproduksi dengan metode yang dianggap lebih ramah lingkungan dan memperhatikan kesejahteraan hewan (Bosque, Spiller, & Risius. 2021). Lalu keyakinan para konsumen untuk membeli ayam broiler berlabel halal pun menjadi peran penting dalam perilaku konsumen (Rizkina *et al.* 2022).

Faktor pribadi memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian ayam broiler. Faktor-faktor ini mencakup Harga, Kualitas Produk, Pekerjaan, Usia, Pendapatan dll. Variabel faktor pribadi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Faiqoh, Soedarto, & Rizkiyah. 2023).

Faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ayam broiler mencakup Referensi Lingkungan Kelompok, Pelayanan, Kelas Sosial, Pengaruh Keluarga. Kebiasaan mengonsumsi ayam broiler dalam lingkungan keluarga dapat membentuk

preferensi tertentu serta meningkatkan frekuensi pembelian seiring dengan kebutuhan pangan sehari-hari (Ramadhanti, Handayani & MukSon. 2023).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dari berbagai jurnal yang dikaji, terdapat empat faktor utama, yaitu faktor pribadi, budaya, sosial, dan psikologis. Dari keempat faktor tersebut, faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian ayam broiler, dengan tingkat keterlibatan mencapai 100%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat mempertimbangkan aspek pribadi seperti harga, kualitas produk, tampilan, kemasan, kebersihan, daya tahan, lokasi, pelayanan, dan promosi sebelum melakukan pembelian. Selain itu, faktor budaya sebesar 15%, sosial, dan psikologis masing-masing memiliki pengaruh sebesar 23%. Faktor pribadi memiliki peran paling besar karena mencakup berbagai pertimbangan yang langsung mempengaruhi keputusan individu, seperti harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik, tampilan yang menarik, serta kebersihan dan daya tahan produk. Selain itu, faktor budaya mencerminkan pengaruh gaya hidup, keyakinan, norma, dan tradisi dalam keputusan pembelian, sedangkan faktor sosial menunjukkan pengaruh lingkungan, keluarga, dan kelompok referensi. Faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, dan keyakinan, juga berkontribusi dalam membentuk keputusan pembelian konsumen terhadap ayam broiler. Dengan demikian, *literatur review* yang telah dilakukan ini berhasil mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian ayam broiler.

Saran yang dapat diterapkan bagi produsen dan penjual ayam broiler, disarankan untuk meningkatkan kualitas produk, kebersihan, dan kemasan serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren dan kebutuhan konsumen. Promosi yang lebih menarik dan transparan juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, penting untuk meneliti faktor lain seperti tren konsumsi sehat dan perubahan pola belanja. Bagi konsumen, disarankan untuk lebih selektif dalam memilih ayam broiler dengan mempertimbangkan kebersihan, keamanan, dan sertifikasi produk, serta memilih tempat pembelian yang terpercaya.

DAFTAR REFERENSI

Bosque. C. I. E. D., Spiller. A., dan Risius. A. (2021). Who Wants Chicken? Uncovering Consumer Preferences for Produce of Alternative Chicken Product

Methods. Sustainability. 13(2440). file:///C:/Users/User/Downloads/sustainability-13-02440-v2.pdf

Dhita. L., Setiadi. A., dan Santoso. S. I. (2024). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Broiler Dan Ayam Kampung Di Pasar Tradisional Kota Cilegon. *Mimbar Agribisnis*. 10(1). <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v10i1.12003>

Dzakiyyah. R. W. A., dan Agustina. T. (2021). Determinan Pengambilan Keputusan Konsumen Daging Ayam Ras Di Pasar Tradisional Murni Dan SNI Kabupaten Situbondo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 14(2). <https://core.ac.uk/download/pdf/478733323.pdf>

Faiqoh. N. K., Soedarto.T., dan Rizkyah. N. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler Di Pasar Modern Kota Bekasi. *Arisainstifika*. 7(1). <https://doi.org/10.32585/ags.v7i1.3682>

Faqih.A, Aisyah. S., Sya'bani. H. F., Ramadhan. R. A., Darmandi. T. R., dan Yusuf. P. M. (2023). Analysis Of Consumer Preferences In Buying Broiler Chicken Meat. *Injuruty : Interdisciplinary Journal and Humanity*. 2(7). <https://doi.org/10.58631/injuruty.v2i7.95>

Handayani. E. P. S., dan Wicaksana. B. E. (2024). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler Di Prima Fresh Mart Kabupaten Pati. *Jurnal Sains Agribisnis*. 4(2). <https://doi.org/10.55678/jsa.v4i2.1644>

Haraphap. M. G., Krahara. Y. D., Polimpung. L. J. C., Hasanah., Ramadhi., Fikriando. E., Nurdin., Siddiqa. H., Annas. M., Rachmadi. K.R., Anggraini. D. T., *et al.* (2023). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Kab. Serang - Banten : PT. Sada Kurnia Pustaka. https://www.researchgate.net/publication/382494141_Perilaku_Konsumen_Teori_dan_Praktik

Melani, Limi. M. A., dan Slamet. A. (2022). The Factors Affecting Broiler Chicken Demand In Kendari City During The Covid – 19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian (JIMDP)*. 7(3). <http://dx.doi.org/10.37149/JIMDP.v7i3.25266>

Oroh. F. N. S., Pangemanan. S. P., dan Pandiangan. G. V. (2023). Perilaku Konsumen Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Dan Modern. *Jurnal Of Animal Science*. 5(2). <https://doi.org/10.35900/jjas.v5i2.19443>

Ramadhanti. S. F., Handayani. M., dan Mukso. M. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor. *Mimbar Agribisnis*. 9(2). <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v9i2.10639>

Rizkina. F. D., Aulia. A. N., Muliasari. R. M., dan Takenouchi. N. (2022). Analysis Of Consumer Behavior Factors On Willingness To Buy Chicken Meat With Halal Labels At Traditional Markets In Jember Area. *Jurnal Agrotek Ummat*. 9(3). <https://doi.org/10.31764/jau.v9i3.8774>

Sari. A. W., dan Murtani. A. (2025). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi di Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan

Marelan Kota Medan Sumatera Utara. Jurnal Dunia Pendidikan. 5(4).
<https://doi.org/10.55081/jurdip.v5i4.3524>.

Sukawati. E. S., Meliantari. D., dan Mulyana. M., *Perilaku Konsumen*. Kab. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteitureka.com/media/publications/558757-perilaku-konsumen-suatu-pengantar-485b4d3d.pdf>

Utiah. N. P., Kalangi. J. K. J., dan Oroh. F. N. S. (2021). Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pada Pasar Tradisional Dan Modern Di Kota Manado. 41(2). <https://doi.org/10.35792/zot.41.2.2021.36809>

Winata. B. T., Lubis. A.S., Utama. I, Habra. M. D., dan Arfanti. Y. (2024). The Influence Of Consumer Preferences, Price And Quality Of Broiler Chicken On Decision Purchase At RN FARM In Tumpatan Village Deli Serdang. International Conference on Health Science, Green Economics. 6(1).
<https://doi.org/10.54443/ihert.v5i2.364>