

**Consumer Preferences in Purchasing
Duck Eggs for Baking Ingredients Cucuru 'Bayao**

(A Case Study in the village of Lempangang in Gowa Distric)

Jumriah Syam¹⁾Maghfirah Baharuddin²⁾

1. Dosen Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan teknologi UIN Alauddin Makassar

Email; jr77syam@gmail.com

2. Alumni Jurusan Ilmu Peternakan Fak Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar

Email; dfirah@rocketmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui preferensi konsumen dalam pembelian telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa, 2) untuk mengetahui atribut-atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian telur itik sebagai bahan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2015, bertempat di Desa Lempangang, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, dengan menggunakan metode sensus. Jumlah responden sebanyak 41 orang. Model analisis adalah *chi-square* dengan menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan preferensi konsumen dalam pembelian telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao berdasarkan variabel distribusi, ukuran telur itik, bentuk telur itik, kebersihan kerabang telur itik, cita rasa telur itik, promosi, dan lingkungan.

Key Word: Persepsi, Konsumen, Telur Itik, Atribut-atribut Cucuru Bayao

ABSTRACT

This study aims to determine the preferences of consumers in the purchase of duck eggs to the cake ingredients Cucuru 'Bayao and attributes most considered in the purchase of duck eggs as an ingredient cake Cucuru 'Bayao in GowaDistrict. This research was conducted in June-July 2015, in the village of Lempangang, Bajeng sub-district, GowaDistrict. Approach to quantitative research, determination of the number of samples in the census and totaled 41 people. Data analysis using chi-square. The results showed that there are differences in consumer preferences in the purchase of duck eggs to the cake ingredients Cucuru 'Bayao on the distribution, size of duck eggs, duck egg shape, cleanliness shell duck eggs, duck eggs taste, promotion, and environment

Key words: Preferences, Consumer, Duck Egg, Attribute Cucuru 'Bayao.

PENDAHULUAN

Usaha peternakan yang saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat, secara tradisional maupun secara komersil adalah usaha ternak unggas. Menurut Wiki (2014), usaha ternak unggas adalah usaha membudidayakan unggas seperti ayam, kalkun, bebek, dan angsa dengan tujuan untuk mendapatkan daging dan telur atau juga bulu dan kotoran. Usaha ternak unggas memiliki keistimewaan, karena dapat memberikan profit dalam jangka waktu yang singkat. Usaha ternak unggas, seperti usaha ternak itik secara simultan, dapat menghasilkan dua jenis produk sekaligus, yakni daging dan telur. Namun, dalam usaha budidaya, biasanya difokuskan pada satu jenis produk utama, yaitu usaha ternak itik petelur atau usaha ternak itik pedaging. Ketersediaan telur itik masyarakat Indonesia dalam tiga tahun terakhir, yakni 2011-2013 cenderung mengalami peningkatan, dengan jumlah ketersediaan berturut-turut 256 ton butir, 265 ton butir, dan 272 ton butir. Peningkatan ketersediaan tersebut seiring dengan peningkatan pemakaian oleh konsumen, yaitu 212 ton butir, 219 ton butir, dan 225 butir (Deptan, 2014).

Pengolahan telur dengan mencampurkan bahan pangan lainnya banyak dilakukan oleh masyarakat. Hal tersebut berupa penggunaan telur sebagai bahan dalam pembuatan berbagai jenis roti dan kue. Khusus untuk kue, dapat dibedakan atas kue tradisional dan non tradisional (modern). Penggunaan telur dalam pembuatan kue tradisional dan non tradisional sudah sangat lazim. Kue tradisional dapat dimaknai sebagai kue yang dibuat secara sederhana dengan menggunakan resep yang diperoleh secara turun temurun dan menjadi budaya masyarakat yang perlu dilestarikan. Menurut Imania (2014), kue tradisional merupakan salah satu produk budaya yang pantas diperlakukan secara setara dengan aset kebudayaan lainnya, antara lain dengan cara diakui dan dilestarikan keberadaannya. Kue tradisional ini mempunyai posisi dan arti penting di dalam masyarakat. Hal ini disebabkan, kue tradisional selalu disajikan dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan, baik yang bersifat protokoler maupun non protokoler. Kegiatan tersebut, seperti peresmian kantor, pelantikan pimpinan suatu dinas/instansi pemerintahan, pengajian, pesta perkawinan, syukuran, hajatan, aqiqah, ulang tahun, dan berbagai acara lainnya.

Pemasaran telur mempunyai tantangan. Hal ini disebabkan banyaknya jenis telur yang dijual di pasaran mengakibatkan tingginya persaingan dalam merebut pangsa pasar yang ada. Stanton *dalam* Mursid (2006) mengemukakan, bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada 3 faktor utama yang menunjang terjadinya pasar yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka, dan tingkah laku dalam pembelian

mereka. Pemilihan konsumen dalam pembelian jenis telur sangat erat kaitannya dengan preferensi yang dimiliki. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih (Journal Planit 2001 dalam Mayendra, 2013). Preferensi dapat pula diartikan hak untuk didahulukan dan diutamakan dengan yang lain atau prioritas pilihan, kecenderungan dan kesukaan (Kamus Bahasa Indonesia, 2014). Hal ini diperkuat oleh Kotler (1997) menyatakan, bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan dari berbagai pilihan atribut yang ada. Teori-teori pemasaran ini memberikan petunjuk, bahwa setiap konsumen mempunyai alasan-alasan dalam melakukan suatu pilihan terhadap suatu produk (barang dan jasa).

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka penelitian mengenai preferensi konsumen telur itik sebagai bahan kue tradisional di Kabupaten Gowa perlu dilakukan, karena konsumen dalam mengambil keputusan untuk membelanjakan uangnya dalam membeli jenis telur tertentu sebagai bahan kue tradisional tidak terjadi begitu saja. Pada kajian ini, peneliti akan fokus pada preferensi konsumen ditinjau dari aspek pemasaran bukan pada aspek pengolahannya meskipun kedua aspek ini saling berkaitan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dilaksanakan pada Bulan Juni - Juli 2015 di Desa Lempangang Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota Majelis Ta'lim Sipakainga' di Desa Lempangang Kabupaten Gowa yang pernah membuat kue Cucuru' Bayao menggunakan telur itik. Penentuan sampel secara sensus, yaitu semua populasi menjadi sampel penelitian, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 41 orang

Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah metode survey, instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner yang isinya berupa pertanyaan/ pernyataan secara terstruktur, pilihan jawaban secara tertutup menggunakan skala

pengukuran yaitu skala Likert. Skala likert untuk mengukur preferensi konsumen terhadap atribut yang berkaitan dengan pemilihan telur. Pilihan jawaban skala 1-5 yaitu:

1. Sangat setuju (skor 5)
2. Setuju (skor 4)
3. Biasa (skor 3)
4. Tidak setuju (skor 2)
5. Sangat tidak setuju (skor 1)

Pertanyaan/ pernyataan tersebut berdasarkan variabel dan indikator penelitian yaitu:

1. Distribusi/Tempat
2. Harga
3. Ukuran telur
4. Bentuk telur
5. Perbandingan isi telur
6. Kebersihan kerabang telur
7. Warna kerabang telur
8. Cita rasa telur
9. Promosi
10. Lingkungan

Penentuan variabel penelitian dilakukan berdasarkan konsep bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2003), komponen dari bauran pemasaran meliputi produk (telur itik), harga, tempat (distribusi), promosi. Menurut Elisa (2015), penentuan kualitas telur secara eksterior meliputi bentuk telur, berat telur, dan keadaan kerabang, sedangkan untuk melihat keadaan isi telur dapat diketahui dari perbandingan isi kuning dan putih telur.

Variabel Penelitian yaitu :

1. Variabel bebas (independen): bauran pemasaran, perbedaan karakteristik konsumen dan atribut telur. Bauran pemasaran meliputi tempat dan promosi, sedangkan perbedaan karakteristik konsumen meliputi pengalaman, pengetahuan, dan kepercayaan yang diperoleh secara turun temurun. Adapun atribut yang termasuk dalam variabel independen adalah harga, ukuran telur, bentuk telur, perbandingan isi telur, kebersihan telur, warna kerabang telur, dan cita rasa.
2. Variabel terikat (dependen): preferensi konsumen.

Validasi dan Reliabilitas Instrumen

Data primer yang telah diperoleh ditabulasi dalam bentuk matriks tabel, selanjutnya dianalisis validitas dan reliabilitasnya. Menurut Winarni menurut (2011), kevalidan instrumen yang dihitung diukur berdasarkan kriteria validitas, yang mana jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data dikatakan valid, tapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tidak valid. Menurut Nurcahyanto (2005), jika nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* lebih besar dari r tabel, maka dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas selanjutnya dianalisis *Chi-square* menggunakan SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*). Menurut Gunarto (2015), uji Chi Kuadrat adalah pengujian hipotesis mengenai perbandingan antara frekuensi observasi/yang benar-benar terjadi/aktual dengan frekuensi harapan/ekspektasi. Hipotesis yang digunakan:

Ho : Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada telur itik

H₁ : Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada telur itik.

Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian yaitu:

- a. Jika χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel, maka Ho ditolak berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut telur itik untuk bahan kue Cucuru' Bayao.
- b. Jika χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, maka Ho diterima berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut telur itik untuk bahan kue Cucuru' Bayao.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen terhadap telur itik merupakan tingkat kesukaan konsumen yaitu pilihan sangat suka sampai kurang suka oleh seseorang terhadap telur itik yang dijadikan sebagai bahan kue Cucuru' bayao. Cucuru' bayao adalah makanan khas yang berasal dari Sulawesi Selatan. Bentuk Cucuru' bayao itu, bulat agak pipih, dan berwarna kuning tua. Cucuru bayao memiliki rasa yang sangat manis dan enak (Kammakang, 2014).

Preferensi konsumen terhadap telur itik sebagai bahan untuk pembuatan kue Cucuru' bayao tidak lepas dari dari evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada telur itik itu sendiri, yang nantinya akan mempengaruhi produk kue Cucuru' bayao yang

dihasilkan. Hal ini sesuai dengan Puspita (2015) bahwa dalam bahasa Makassar, Cucuru artinya kue dan Bayao yang artinya telur. Kue yang berbahan dasar dari telur, gula pasir dan kenari. Bentuknya bulat pipih dan berwarna kuning tua. Tekstur yang lembut dengan rasa yang begitu manis dan gurih dengan aroma dan rasa telur yang kuat. Olehnya itu atribut yang melekat pada telur menjadi penting bagi konsumen, seperti harga telur, ukuran telur, bentuk telur, kebersihan kerabang telur, dan cita rasa telur. distribusi, dan lingkungan. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut tersebut dianalisis menggunakan analisis *Chi square*.

Tabel 1. Hasil Analisis *Chi square*

Variabel Penelitian	X ² hitung	Df	X ² tabel	Keterangan
Distribusi	21,122	2	5,591	Berbeda nyata
Harga	26,561	1	3,481	Berbeda nyata
Ukuran	2,976	2	5,591	Tidak berbeda nyata
Bentuk	37,098	1	3,481	Berbeda nyata
Kebersihan Kerabang	19,659	2	5,591	Berbeda nyata
Cita Rasa	14,976	2	5,591	Berbeda nyata
Lingkungan	33,390	1	3,481	Berbeda nyata

Sumber: Data Primer yang Telah Diolah, 2015.

Tabel 1 menunjukkan bahwa ada beberapa atribut yang berbeda nyata dan tidak berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95%. Atribut yang berbeda nyata, yaitu distribusi atau tempat tersedianya telur itik, harga telur itik, bentuk telur itik, kebersihan kerabang telur itik, cita rasa telur itik, dan lingkungan, yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_1) diterima karena X^2 hitung lebih besar dari pada X^2 tabel, dimana preferensi konsumen terhadap telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi terhadap telur itik untuk atribut tersebut. Atribut yang tidak berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95% adalah ukuran telur itik, yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) diterima dan H_1 ditolak karena X^2 hitung lebih kecil dari pada X^2 tabel, dimana preferensi konsumen terhadap telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa sama atau tidak terdapat perbedaan preferensi terhadap telur itik untuk atribut tersebut.

Peringkat Prioritas/Ukuran Variabel Pembelian Telur Itik untuk Bahan Kue Cucuru' Bayao

Sikap konsumen telur itik merupakan ungkapan perasaan konsumen terhadap telur itik apakah disukai atau kurang disukai. Sikap konsumen menggambarkan suatu kepercayaan terhadap berbagai variabel ataupun atribut telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao sehingga mengambil keputusan untuk membelinya berdasarkan beberapa pertimbangan yang ada pada telur itik itu sendiri.

Proses pembelian telur itik yang menjadi preferensi konsumen dapat dilihat dari atribut yang melekat pada telur itik itu sendiri disertai dengan tempat persediaan dan lingkungan konsumen. Karakteristik telur itik yang berhubungan langsung dengan produk, yaitu harga telur, ukuran telur, bentuk telur, kebersihan telur, dan cita rasa telur. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dalam penelitian ini konsumen diminta untuk menentukan peringkat prioritas atau urutan kepentingan dari petunjuk atribut dan variabel lain yang terdapat pada telur itik yang akan dijadikan bahan kue *Cucuru' Bayao*.

Tabel 2. Peringkat Prioritas/Ukuran Variabel Pembelian Telur Itik

Variabel Penelitian	Nilai					Total	Rata-rata	Peringkat
	5	4	3	2	1			
Distribusi	5	28	7	1	0	41	3,9	V
	25	112	21	2	0	160		
Harga	0	41	0	0	0	41	4	IV
	0	164	0	0	0	164		
Ukuran Telur Itik	27	12	2	0	0	41	4,6	II
	135	48	6	0	0	189		
Bentuk Telur Itik	0	10	31	0	0	41	3,2	VI
	0	40	93	0	0	133		
Kebersihan Kerabang Telur Itik	11	28	2	0	0	41	4,2	III
	55	112	6	0	0	173		
Cita Rasa Telur Itik	29	11	1	0	0	41	4,7	I
	145	44	3	0	0	192		
Lingkungan	0	10	31	0	0	41	3,2	VI
	0	40	93	0	0	133		

Sumber: Data Primer yang Telah Diolah, 2015.

Tabel 3. Preferensi Konsumen dalam Pembelian Telur Itik

Variabel Penelitian	Preferensi Konsumen	Keterangan
Distribusi	Suka	Ketersediaan telur itik di pasaran
Harga	Suka	Nilai rupiah dari telur itik
Ukuran Telur Itik	Sangat Suka	Besar kecilnya telur itik
Bentuk Telur Itik	Biasa	Model telur itik
Kebersihan Kerabang Telur Itik	Suka	Keadaan kerabang telur dilihat dari kebersihannya
Cita Rasa Telur Itik	Sangat Suka	Rasa yang dihasilkan telur itik dalam pembuatan kue Cucuru' Bayao
Lingkungan	Biasa	Faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian telur itik

Sumber: Data Primer yang Telah Diolah, 2015.

Tabel 4. Preferensi Konsumen pada Indikator dalam Variabel

Variabel Penelitian	Keterangan
Distribusi	Telur itik selalu tersedia di pasar tradisional
Harga	Harga telur itik hampir sama di semua tempat
Ukuran Telur Itik	Ukuran telur menjadi faktor utama dalam pembelian telur
Bentuk Telur Itik	Bentuk telur yang bulat lebih menarik
Kebersihan Kerabang Telur Itik	Kerabang telur yang bersih lebih menarik
Cita Rasa Telur Itik	Telur itik dapat menghasilkan tekstur kue yang lebih lembut
Lingkungan	Pembelian telur itik karena keluarga melakukannya secara turun temurun

Sumber: Data Primer yang Telah Diolah, 2015.

Indeks sikap responden terhadap atribut pada Tabel 2,3 dan 4 yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian telur itik sebagai bahan kue Cucuru' bayao berturut-turut dari

yang paling tinggi sampai yang paling rendah adalah cita rasa kemudian ukuran telur, kebersihan kerabang telur, harga telur dan disusul oleh variabel lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian telur itik yaitu distribusi, atribut telur dalam hal ini bentuk telur, dan lingkungan. Sikap seseorang terhadap objek telur itik didasarkan pada penilaian seseorang terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh telur itik tersebut disertai dengan variabel lain yang mendorong konsumen dalam pengambilan keputusannya. Alasan mereka menempatkan cita rasa pada prioritas yang pertama karena rasa yang dihasilkan oleh telur itik dalam pembuatan kue Cucuru' bayao lebih enak dengan tekstur yang lebih lembut dibandingkan dengan ketika konsumen menggunakan telur ayam ras, dimana pada atribut ini penentuan rasa dilakukan oleh konsumen sedangkan produsen atau penjual tidak dapat merubah rasa yang akan dihasilkan karena sudah menjadi faktor dari telur itik itu sendiri.

Telur itik yang akan dibuat kue Cucuru' bayao dapat menghasilkan tekstur yang lebih lembut dibandingkan jika menggunakan telur ayam ras. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2011), yang menyatakan bahwa dalam pembuatan kue dengan menggunakan telur itik memiliki cita rasa, aroma dan tekstur yang lebih baik dibanding telur ayam. Ukuran telur itik terdapat pada peringkat kedua, karena selain rasa yang merupakan kualitas konsumen juga menginginkan kuantitas dari suatu produk yang dihasilkan, dimana menurut konsumen telur yang mempunyai ukuran yang lebih besar juga akan menghasilkan kue Cucuru' bayao yang lebih banyak, sehingga produsen harus memperhatikan ukuran telur yang dijual serta melakukan seleksi yang lebih mendalam dalam memilih telur itik.

Dalam pemilihan telur itik, ukuran telur itik menjadi faktor utama dalam membeli telur dengan bentuk yang bulat karena lebih menarik. Menurut konsumen, telur itik yang akan dibuat kue Cucuru' bayao yang mempunyai ukuran yang lebih besar akan menghasilkan kue yang lebih banyak dari segi kuantitasnya. Adapun telur itik yang berbentuk bulat dapat mempengaruhi bentuk kuning telur yang terdapat dalam isi telur, sehingga akan menarik perhatian konsumen.

Kebersihan kerabang telur menduduki posisi yang ketiga, dimana dari atribut ini konsumen menilai bahwa kebersihan merupakan salah satu faktor yang menjadi alasan konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli telur itik, yang tentunya setiap orang cinta akan kebersihan apalagi kebersihan makanan yang akan dikonsumsi, sehingga telur yang mempunyai kerabang bersih lebih menarik di mata konsumen dibandingkan dengan telur yang memiliki kerabang kotor.

Kerabang telur yang sudah bersih tidak lagi membutuhkan waktu untuk membersihkannya yang akan membuang waktu konsumen dalam melakukannya. Hasil

penelitian tersebut sesuai dengan pendapat Setiabudi (1999), yang menyatakan bahwa proses pemilihan produk peternakan untuk dikonsumsi oleh masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kebersihan.

Harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pembelian telur itik, sehingga harga menduduki posisi keempat. Harga telur itik yang menjadi kecenderungan konsumen adalah harga telur yang hampir sama di semua tempat, sehingga konsumen tidak terlalu memilih tempat yang cocok dalam pembelian telur itik untuk pembuatan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa. Menurut Djodipuro (1991), salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang itu sendiri, naik turunnya harga barang akan mempengaruhi banyak/sedikitnya barang yang diminta. Kuantitas akan menurun ketika harga meningkat.

Distribusi dalam hal ini tempat tersedianya telur itik terdapat pada peringkat kelima, dimana variabel ini merupakan variabel yang tidak kalah pentingnya dengan variabel lain, karena tanpa variabel ini konsumen tidak akan mendapatkan produk yang diinginkannya.

Preferensi konsumen dalam pembelian telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao di Kabupaten Gowa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu dari segi distribusi, dimana telur itik selalu tersedia di pasar tradisional. Menurut Kotler dan Armstrong (2003), tempat (*place*) termaksud berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat di peroleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Lokasi sering pula disebut sebagai saluran distribusi yaitu suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam penyedia suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Atribut yang menduduki peringkat yang sama adalah bentuk telur dan lingkungan. Menurut konsumen, bentuk telur tidak terlalu diperhatikan dalam memilih telur karena tidak mempengaruhi bentuk dan besarnya kuning telur yang ada di dalamnya, sebagaimana diketahui bahwa dalam pembuatan kue Cucuru' bayao hanya kuning telur yang digunakan.

Adapun mengenai lingkungan yang dimaksud adalah lingkungan yang ada di sekitar konsumen, meliputi teman-teman, keluarga, tetangga, dan kebiasaan yang sering dilakukan oleh nenek moyangnya terdahulu. Lingkungan ini dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli telur itik untuk bahan kue Cucuru' bayao, karena seseorang tentunya melakukan sesuatu dari pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya, sehingga variabel ini juga menjadi penunjang konsumen dalam pengambilan keputusannya.

Keputusan pembelian telur itik sebagai bahan kue Cucuru' bayao tidak hanya dilihat dari atribut yang melekat pada telur itik beserta faktor promosi dan ketersediaannya, tetapi yang paling penting dalam pembeliannya adalah karena melihat kebiasaan yang dilakukan oleh orang terdahulu atau nenek moyang mereka yang sering melakukannya. Hal tersebut

sesuai dengan pendapat Simammora (2004), yang menyatakan bahwa preferensi dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan, salah satunya adalah kepercayaan turun temurun. Kepercayaan ini dikarenakan kebiasaan dari keluarga menggunakan produk tersebut, setia terhadap produk yang selalu dipakainya karena manfaat dalam pemakaian produk tersebut, sehingga konsumen memperoleh kepuasan dan manfaat dari produk tersebut.

KESIMPULAN

1. Ada perbedaan preferensi konsumen dalam pembelian telur itik untuk bahan kue Cucuru' Bayao berdasarkan variabel distribusi, harga telur itik, ukuran telur itik, bentuk telur itik, kebersihan kerabang telur itik, cita rasa telur itik, dan lingkungan, sehingga H_0 ditolak.
2. Atribut telur itik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, yaitu ukuran telur itik dan cita rasa yang dihasilkan oleh telur itik, sehingga H_0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Deptan. 2014. *Basis Data Konsumsi Pangan*. Jakarta: Kementrian Pertanian Republik Indonesia.
- Djojodipuro, M. 1991. *Teori Harga*. Jakarta; Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Elisa. 2015. *Komposisi dan Kualitas Telur*. Yogyakarta: UGM.
- Gunarto, T.Y. 2015. *Uji Chi Kuadrat (X^2)*. Depok: Universitas Gunadarma.
- Imania K.L., Sihombing R.M., dan Mutiaz I.R. 2014. *Pemanfaatan Produk Budaya Modern dalam Bentuk Game untuk Mobile Gadget sebagai Media Pelestarian Budaya Tradisional*. Bandung: Jurnal ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 6, No. 1, 17-28.
- Kammakang. 2014. *Resep Makanan Tradisional Makassar*, (<http://www.kammakang.wordpress.com>) Diakses tanggal 25 Desember 2014.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2006. Edisi Ketiga. Jakarta: Penerbit Balai Pustaka.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. dan Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Mayendra, D. 2013. *Pengaruh Kredibilitas Berita Politik dalam Media Online Okezone.com terhadap Preferensi Pengguna*. Penulisan Ilmiah: Universitas Gunadarma.
- Mia. *Aneka Jajanan Pasar*. <http://www.banjarmasinpost.co.id>, 2008. Diakses tanggal 29 Oktober 2014.

- Mursid, M. , 2006.*ManajemenPemasaran*. Edisi 4. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurchayanto, G. 2005.*Uji Instrumen Penelitian*. Ebook.
- Puspita, I. 2015.*Cucuru' Bayao: Si Kuning yang Menggoda*. <http://hellomakassar.com/cucuru-bayao-si-kuning-yang-menggoda>, 2015. Diakses tanggal 13 Agustus 2015.
- Setiabudi, D., Wijayanti, H., Basuno, E., dan Winugroho. 1999.*Karakteristik Pasar dan Pola Konsumsi Ternak Potong di DKI Jakarta*. Laporan Hasil Pengkajian. Jakarta: Instalasi Penelitian dan Pengkajian Teknologi Pertanian.
- Simammora, B . 2004.*Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wiki. 2014.*Peternakan Unggas*. http://id.wikipedia.org/wiki/Peternakan_unggas, 2014. Diakses tanggal 23 Januari 2015.
- Wibowo, A.2011.*Uji Organoleptik Hasil Jadi Kue Bolu menggunakan Telur Ayam dan Telur Itik*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara