



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

KARAKTERISTIK KONSUMEN RUMAH TANGGA YANG MENGKONSUMSI TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG

SKRIPSI



**TIVANI ARISTI
06164012**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG

Kami dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang ditulis oleh :


TIVANI ARISTI


Berjudul :

**KARAKTERISTIK KONSUMEN RUMAH TANGGA YANG
MENGKONSUMSI TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN KOTO TANGAH
KOTA PADANG**

Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan

Menyetujui :


Rahmi Wati, S.Pt, M.Si
Pembimbing I


Ir. Syafril. MS
Pembimbing II

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

Ketua

: Rahmi Wati, S.Pt, M.Si

Sekretaris

: M. Ikhsan Rias, S.E

Anggota

: Ir. Syafril. MS

Anggota

: Ir. Ismet Iskandar. MS

Anggota

: Ir. Amna Suresti. M.Si

Anggota

: Fitrini, S.P, M.Econs


Mengetahui :

Dekan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas

Ketua Jurusan
Produksi Ternak

Ketua Program Studi
Sosial Ekonomi Peternakan


Dr. Ir. H. Jafrinur. MSP
NIP.196002151986031005


Dr. Ir. Yan Heryandi. MP
NIP.196401141989021002


Ir. H. Edwin Heryanto. MP
NIP.195608101987021001

Tanggal Lulus : 25 Agustus 2010

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Karakteristik Konsumen Rumah Tangga yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rahmi Wati S.Pt, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Ir. Syafril, MS selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, saran dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Peternakan, Ketua Jurusan Produksi Ternak, Ketua Program Studi Sosial Ekonomi. Bapak/Ibu Dosen, serta seluruh karyawan/wati Fakultas Peternakan Universitas Andalas dan semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.
3. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Agus Surianto (alm) dan Ibunda Ermi Yetti yang telah memberikan semangat kekuatan dan pengorbanan, serta saudara-saudari yang telah membantu (Kak Ai, Dhea apux, dan Intan). Dan tak lupa pula untuk oma Norma ku tercinta dan Kakanda tersayang Jefri.
4. *My little family* angku wahyudi, mamak rajab, mami tia, tek rini, tisa, surya, daus, dedek disk, bang ical, kak eci, kak atis dan semua keluarga nak rang

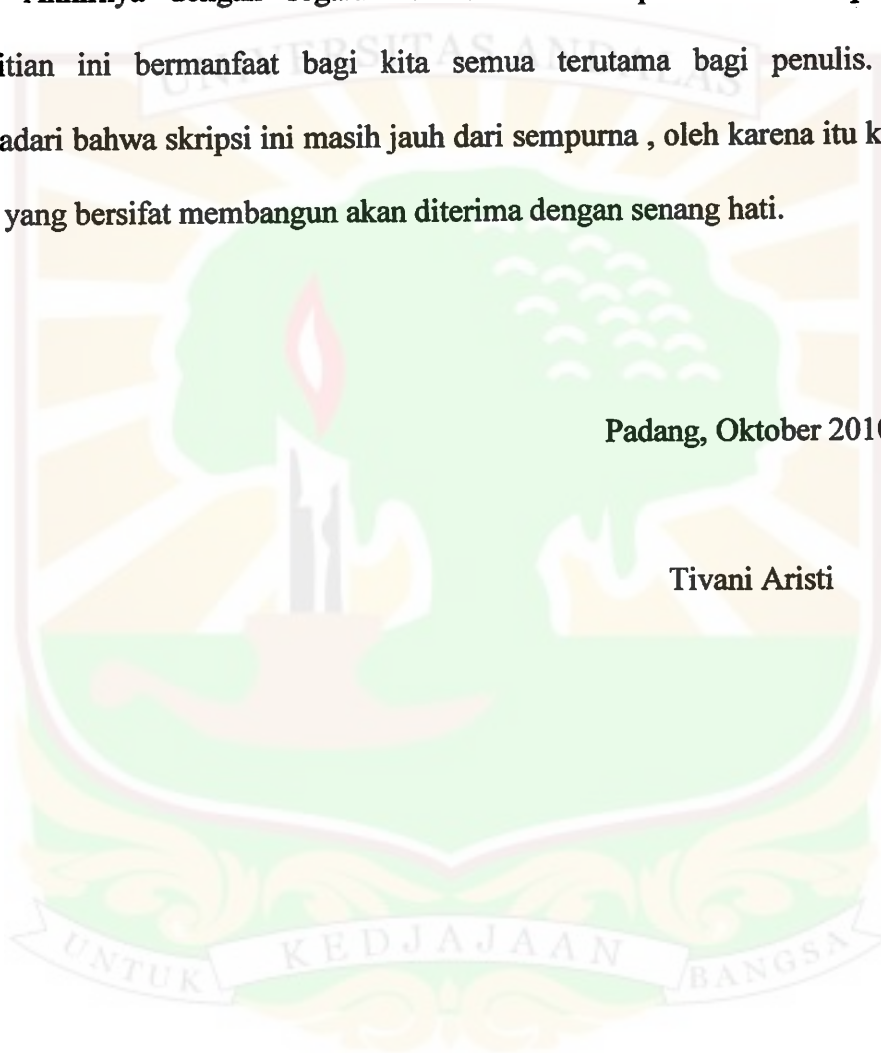
yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

5. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan skripsi ini, semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan akan dibalas oleh Allah SWT sebagai amal sholeh, Amin.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati.

Padang, Oktober 2010

Tivani Aristi



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Konsumen Rumah Tangga.....	4
B. Karakteristik Konsumen Rumah Tangga.....	5
C. Teori Perilaku Konsumen.....	7
D. Teori Permintaan.....	9
E. Pengambilan Keputusan Mengenai Konsumsi Pangan dan Gizi Rumah Tangga.....	13
F. Karakteristik Pembelian Telur Ayam Ras.....	13
G. Ekonometri.....	14
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	18
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
B. Metode Penelitian.....	18
1. Populasi dan Sampel.....	18

2. Variabel Penelitian.....	20
3. Data dan Pengumpulan Data.....	20
4. Analisa Data.....	22
5. Defenisi Operasional.....	26
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Deskriptif Karakteristik Rumah Tangga.....	28
B. Spesifikasi Model Regresi.....	32
C. Pengaruh Variabel Penjelas terhadap Konsumsi Telur Ayam Ras..	37
D. Implikasi Kebijakan.....	38
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	46
RIWAYAT HIDUP.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Konsumsi Daging, Telur dan Susu di Kota Padang Tahun 2006-2008 (Kg/kap/tahun)	2
2.	Jumlah Rumah Tangga Menurut Kecamatan Tahun 2008	19
3.	Jumlah Rumah Tangga Menurut Kelurahan Tahun 2008	19
4.	Penentuan Sampel Secara Proporsional	20
5.	Komposisi Jumlah Anggota Rumah Tangga	28
6.	Distribusi Umur Ibu Rumah Tangga	29
7.	Jumlah Pendapatan Rumah Tangga	30
8.	Distribusi Pendidikan Ibu Rumah tangga	30
9.	Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan	33
10.	Hasil Pendugaan Model Tahap I dengan Memasukkan Semua Variabel	30
11.	Hasil Pendugaan Model Tahap II dengan Mengeluarkan 2 Variabel Terbesar	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Data Mentah Karakteristik Kosumen Rumah Tangga Yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras Di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang	46
2.	Hasil Pendugaan Model Fungsi Permintaan Telur Ayam Ras Tahap I	48
3.	Hasil Pendugaan Model Fungsi Konsumsi Telur Ayam Ras Tahap II	51



I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya pendapatan, pendidikan dan teknologi menyebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat di Kota Padang akan pentingnya pemenuhan gizi untuk pertumbuhan dan kesehatan. Pemenuhan kebutuhan protein merupakan salah satu cara untuk memperbaiki gizi masyarakat, terutama protein hewani misalnya telur dan daging.

Menurut Sianturi (2004), telur merupakan hasil ternak yang mempunyai andil besar dalam mengatasi masalah gizi yang terjadi di masyarakat. Hal ini dimungkinkan karena telur sarat akan zat gizi yang diperlukan untuk kehidupan yang sehat. Zat-zat gizi yang ada pada telur sangat mudah dicerna dan dimanfaatkan oleh tubuh. Itulah sebabnya telur sangat dianjurkan untuk dikonsumsi oleh anak-anak yang sedang dalam masa tumbuh-kembang, ibu hamil dan menyusui, orang yang sedang sakit atau dalam proses penyembuhan, serta para lansia (lanjut usia), dengan kata lain, telur cocok untuk semua kelompok umur dari segala lapisan masyarakat.

Di Kota Padang tingkat konsumsi hewani asal ternak masih di bawah yang disarankan, dimana menurut Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Kota Padang tingkat konsumsi komoditas ternak yang disarankan adalah 22.25 kg/kap/tahun dengan perincian 10 kg/kap/tahun untuk daging, 4 kg/kap/tahun untuk telur dan 8.25 kg/kap/tahun untuk susu (Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Kota Padang, 2008).

Tingkat konsumsi untuk komoditas daging, telur dan susu di Kota Padang baru sebesar 10.62 kg/kap/tahun. Sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Konsumsi Daging, Telur dan Susu di Kota Padang Tahun 2006-2008 (Kg/kap/tahun)

Jenis Komoditi	Tahun		
	2006	2007	2008
Daging	7.79	7.74	7.83
Telur	2.77	2.79	2.79
Susu	0.10	0.12	-
Total	10.66	10.65	10.62

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang Tahun 2008

Permintaan telur ayam ras rumah tangga dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan non ekonomi. Rendahnya konsumsi telur ini diduga sangat terkait dengan perilaku konsumen dalam hal ini rumah tangga di Kota Padang. Faktor ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumen rumah tangga dalam memilih dan mengkonsumsi pangan adalah harga telur itu sendiri, harga telur lain (telur substitusi), pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, yang dimaksud keadaan ekonomi adalah pendapatan (Kotler, 1994) dan selera. Sedangkan faktor non ekonomi antara lain karakteristik rumah tangga yang terdiri dari, jumlah anggota keluarga karena anggota keluarga membentuk referensi yang berpengaruh dalam perilaku konsumen, umur ibu rumah tangga juga mempengaruhi karena merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dalam pembuatan keputusan, selain itu tingkat pendidikan juga sangat penting karena dapat mempengaruhi perubahan perilaku yang disebabkan oleh perubahan pola pikir dan pengalaman-pengalamannya, pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan.

Berdasarkan uraian diatas untuk mengetahui sejauh mana karakteristik rumah tangga mempengaruhi permintaan terhadap telur ayam ras maka dilakukan

penelitian dengan judul **“Karakteristik Konsumen Rumah Tangga yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang ”**.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen rumah tangga yang mengonsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh karakteristik rumah tangga terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen rumah tangga yang mengonsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.
2. Untuk melihat pengaruh karakteristik rumah tangga terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam rangka meningkatkan konsumsi masyarakat Kota Padang terhadap komoditas telur ayam ras dan sebagai sumbangan data serta informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsumen Rumah Tangga

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali (Menurut Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). Schiffman dan Kanuk (2000) membagi konsumen menjadi dua bagian :

1. Konsumen individu yaitu konsumen yang membeli barang dan jasa untuk di konsumsi pribadi yang merupakan konsumen akhir dari suatu produk.
2. Konsumen organisasi yaitu konsumen yang membeli produk, peralatan dan jasa untuk menjalankan organisasinya.

Rumah tangga terdiri dari keluarga inti (suami, istri dan anak) ditambah kerabat lainnya yang tinggal dalam satu rumah dan makan dalam satu dapur (Engel *et. al.*, 1994). Selanjutnya Engel mendeskripsikan rumah tangga adalah semua orang baik yang berkerabat maupun yang tidak yang menempati satu unit perumahan.

Menurut Lipsey *et. al.*, (1995) Rumah Tangga atau *Household* adalah semua orang yang bertempat tinggal dalam satu atap dan membuat keputusan keuangan bersama atau menyebabkan pihak lain mengambil keputusan bagi mereka. Peter dan Olson (1996) menyebutkan jika sebuah unit rumah ada orang yang tinggal di dalamnya maka disebut rumah tangga (*Household*).

Konsumen Rumah Tangga bertanggung jawab dalam memelihara anggotanya agar dapat tumbuh dan berkembang secara fisik, mental, intelektual

dan sosial dengan baik dan wajar. Sehubungan dengan itu konsumsi makanan yang baik adalah penting bagi mereka dalam membentuk generasi yang sehat dan dapat menghasilkan sesuatu dengan baik (Suhardjo, 1986).

B. Karakteristik Konsumen Rumah Tangga

Karakteristik yang dimaksud disini adalah sifat-sifat yang ditampilkan seseorang yang berhubungan dengan berbagai aspek kehidupan seperti tingkat pendidikan, umur, jumlah anggota keluarga, pekerjaan dan pendapatan (Engel *et. al.*, 1994).

1. Jumlah Anggota Keluarga

Peter dan Olson (1996) mengatakan bahwa orang yang berbeda dalam suatu keluarga dapat memainkan peran sosial yang berbeda dan menampilkan perilaku yang berbeda pada saat pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi. Sementara itu Kotler (1994) mengatakan bahwa anggota keluarga membentuk referensi yang paling berpengaruh dalam perilaku konsumen. Jumlah anggota yang besar sementara yang produktif hanya kepala rumah tangga saja akan menjadi beban rumah tangga yang cukup berat dalam memenuhi kebutuhannya, sebaliknya bila sebagian atau seluruh anggota tersebut bekerja berarti beban rumah tangga menjadi lebih ringan, pada keadaan ini memungkinkan mereka dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan baik, diantaranya kebutuhan pangan dan gizi (Suhardjo dan Hadi, 1990).

2. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang berhubungan dengan perilaku pembeliannya terhadap suatu produk. Orang yang memiliki pendidikan yang tinggi cenderung untuk memilih bahan pangan yang kualitasnya lebih baik dari pada orang yang

berpendidikan rendah. Pendidikan yang tinggi akan membuat kesadaran untuk mengkonsumsi makanan yang bergizi (Simamora, 2001).

3. Umur

Selera seseorang terhadap barang dan jasa yang dibutuhkannya sangat berhubungan dengan umur seseorang. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam pembuatan keputusan dalam menerima sesuatu (produk, jasa dan ide) sebagai sesuatu yang baik (Kotler, 1994).

4. Pekerjaan

Kotler (1994) menyatakan bahwa pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pekerjaan, semakin berat pekerjaan seseorang semakin banyak energi yang diperlukan, pekerja yang lebih banyak mengandalkan kekuatan fisik memerlukan energi yang lebih banyak dari pada pekerja yang mengandalkan keahlian.

Pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen sangat mempengaruhi pola konsumsi mereka dan merupakan satu-satu basis terpenting untuk menyampaikan kehormatan dan respek terhadap mereka dalam masyarakat modern. Semakin bagus pekerjaan seseorang kebutuhan akan protein hewannya dengan mudah akan terpenuhi.

5. Pendapatan

Menurut Downey (1992) pendapatan merupakan tolak ukur tingkat kemakmuran masyarakat berkaitan erat dengan kemampuan seseorang untuk membeli barang apabila penghasilan bertambah, konsumen akan mampu membeli lebih banyak suatu barang. Jika rumah tangga menerima rata-rata pendapatan yang lebih besar, maka mereka dapat diperkirakan akan membeli lebih banyak beberapa komoditas, walaupun harga komoditas itu tetap sama (Lipsey dan Steiner, 1992).

Bahan makanan yang berkualitas dan bergizi tinggi pada umumnya memiliki harga yang mahal. Sehingga hal ini merupakan kendala yang seringkali menghalangi seseorang untuk mengkonsumsi makanan yang bergizi, terutama pada mereka yang berpendapatan rendah (Soemarjan, 1975). Selanjutnya ditambahkan bahwa suatu perbedaan yang terdapat di antara orang yang berpendapatan rendah dibandingkan dengan orang yang berpendidikan tinggi adalah dalam mementingkan kualitas dan kuantitas bahan makanan yang dibeli, dimana mereka yang berpendapatan rendah cenderung lebih mementingkan kuantitas dari pada kualitas makanannya. Hal ini disebabkan karena mereka tidak mampu membeli bahan makanan yang memiliki harga mahal tersebut. Sedangkan pada mereka yang berpendapatan tinggi cenderung lebih mementingkan kualitas dan nilai gizi dari pada jumlah bahan makanannya, karena pada keadaan ini persediaan makanannya senantiasa sudah cukup bahkan sering lebih dari cukup.

C. Teori Perilaku Konsumen

Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk, atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2003).

Simamora (2004), perilaku konsumen diartikan sebagai "Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk".

Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005) ada beberapa hal yang dapat diungkapkan dari defenisi diatas :

1. Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu :
 - a. Tahap perolehan (*Acquisition*), mencari (*Searching*) dan membeli (*Purchasing*).
 - b. Tahap konsumsi (*Consumption*), menggunakan (*Using*) dan mengevaluasi (*Evaluating*).
 - c. Tahap tindakan pasca beli (*Disposition*), yaitu apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

2. Unit-unit pengambil keputusan beli (*Decision Units*) terdiri dari :

- a. Konsumen individu yang membentuk pasar konsumen (*Consumer Market*).
- b. Konsumen organisasional yang membentuk pasar bisnis (*Business Market*).

Menurut Umar (2005) perilaku konsumen terbagi dua bagian :

1. Perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk ke dalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa dan bagaimana konsumen melakukan pembelian.
2. Perilaku yang tampak, variabel-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Ditambahkan oleh Umar (2005) ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen :

1. Faktor sosial budaya yang terdiri dari kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, referensi serta keluarga.
2. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Menurut Prasetyo dan Ihalauw (2005) konsep *Personal Consumers* adalah individu yang membeli barang dan jasa untuk :

- a. Dirinya sendiri.
- b. Memenuhi kebutuhan keluarga.
- c. Dijadikan hadiah untuk orang lain.

Selanjutnya perilaku konsumen tadi sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli yang tahapnya dimulai dari pengenalan masalah yaitu berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Selanjutnya tahap mencari informasi tentang produk atau jasa yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan tahap evaluasi alternatif berupa penyeleksian. Kemudian tahap keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku sesudah pembelian dimana membeli lagi atau tidak (Umar, 2005).

D. Teori Permintaan

Permintaan adalah keseluruhan dari pada kurva permintaan sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu (Sukirno, 2004). Sedangkan menurut Lipsey *et. al.*, (1995) permintaan adalah hubungan antara kuantitas komoditi itu. Hukum permintaan mengatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya.

Ditambahkan oleh Sukirno (2004) berdasarkan teori ekonomi mikro disebutkan bahwa permintaan terhadap suatu barang ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Harga barang itu sendiri

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa faktor lain tidak mengalami perubahan.

Makin tinggi harga, makin berkurang jumlah permintaan, dan semakin rendah harga maka makin tinggi jumlah permintaan, dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap tetap.

2. Harga barang lain yang berkaitan dengan barang itu sendiri

Perubahan harga barang yang mempunyai hubungan dekat dengan suatu barang bisa pula mempengaruhi permintaan (Budiono, 1999). Hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lain dapat dibedakan kepada tiga golongan yaitu sebagai berikut :

a. Barang Pengganti

Suatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila ia menggantikan fungsi barang lain tersebut. Sekiranya barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

b. Barang Pelengkap

Dinamakan barang pelengkap bila suatu barang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lain. Kenaikkan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan barang yang dilengkapinya.

c. Barang Netral

Apabila ada dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang rapat maka perubahan terhadap salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan terhadap barang lainnya.

3. Pendapatan rumah tangga

Pendapatan konsumen mempengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli produk. Barang berdasarkan pendapatan dibedakan menjadi 4 golongan, yaitu :

a. Barang Inferior

Barang yang diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Bila pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang ini akan berkurang.

b. Barang Esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang ini terdiri dari kebutuhan pokok. Walaupun pendapatan meningkat tapi permintaan terhadap barang ini tetap.

c. Barang Normal

Dikatakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat kenaikan pendapatan.

d. Barang Mewah

Jenis barang ini dibeli oleh orang yang sudah berpendapatan relatif tinggi. Biasanya barang tersebut baru dibeli apabila kebutuhan pokok telah terpenuhi.

4. Corak distribusi pendapatan masyarakat

Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.

5. Cita rasa atau selera masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang (Sukirno,2004).

6. Jumlah penduduk

Jumlah permintaan suatu produk dipengaruhi oleh perubahan jumlah, persebaran maupun kondisi penduduk.

Karakteristik rumah tangga yang terdiri dari, jumlah anggota keluarga karena anggota keluarga membentuk referensi yang berpengaruh dalam perilaku konsumen, umur ibu rumah tangga juga mempengaruhi karena merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dalam pembuatan keputusan. Selain itu, tingkat pendidikan juga sangat penting karena dapat mempengaruhi perubahan perilaku yang disebabkan oleh perubahan pola pikir dan pengalaman-pengalamannya, pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan, perbedaan jenis kelamin menyebabkan pola konsumsi yang berbeda antara laki-laki dan perempuan, selain itu pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, yang dimaksud oleh keadaan ekonomi adalah pendapatan (Kotler, 1994).

E. Pengambilan Keputusan Mengenai Konsumsi Pangan dan Gizi Rumah Tangga

Konsumsi makanan baik adalah penting bagi mereka dalam membentuk generasi yang sehat untuk dapat menghasilkan sesuatu yang baik (Suhardjo, 1986). Rumah tangga bertanggung jawab dalam memelihara anggotanya agar dapat tumbuh dan berkembang secara fisik, mental, intelektual dan sosial dengan baik dan wajar.

Pengambilan keputusan mengenai konsumsi pangan dan gizi merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yakni : 1) tahap menerima pengaruh informasi, 2) tahap menerima dan mempertimbangkan alternatif, 3) tahap membeli dan, 4) tahap mengkonsumsi. Sedangkan pelaku pengambil keputusan mengenai konsumsi dapat dibedakan atas empat macam, yaitu : 1) Istri yang dominan (*Wife Dominant*), 2) Suami yang dominan (*Houseband Dominant*), 3) Keputusan yang setara oleh istri atau suami, 4) Keputusan sepihak oleh suami atau istri (Suhardjo dan Hadi, 1990)

Di daerah Sumatera Barat umumnya kaum ibu (istri) merupakan orang yang paling berperan dalam menentukan pola konsumsi, terutama dalam memilih dan menentukan bahan pangan yang dikonsumsi. Walaupun seringkali pula mereka meminta pertimbangan pada anggota yang lainnya terutama pada kepala rumah tangga (Syahrudin, 1989).

F. Karakteristik Pembelian Telur Ayam Ras

Telur ayam ras adalah telur konsumsi yang dihasilkan oleh ayam ras tipe petelur. Kotler (1994) mengatakan konsumen dihadapkan pada pilihan produk yang semakin banyak, keadaan ini mempengaruhi keputusan yang akan diambil untuk membeli produk, seperti :

1. Berapa banyak yang akan dibeli
2. Alasan membeli
3. Cara membeli
4. Dimana membeli
5. Kapan waktu yang tepat untuk membeli

Tindakan konsumen membeli suatu produk berawal dari pilihan-pilihan konsumen terhadap sifat produk, jumlah produk, waktu dan referensi pembelian. Selain itu faktor budaya, keluarga, pendapatan, kelas sosial, gaya hidup juga berpengaruh dalam keputusan pembelian produk.

G. Ekonometri

Secara harfiah, ekonometri dapat diartikan sebagai "ukuran-ukuran ekonomi". Sedangkan menurut pengertian yang global, ekonometri dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari analisis kuantitatif dari fenomena ekonomi dalam artian secara umum (Nachrowi dan Usman, 2002).

Secara teoritis dan prinsip, teknik ekonometri merupakan gabungan antara teori ekonomi, matematika ekonomi, statistika ekonomi dan matematika statistik.

- **Teori Ekonomi**

Dalam konteks analisis ekonometri, peran teori ekonomi umumnya berhubungan dengan pembentukan suatu hipotesis, yang biasanya merupakan pernyataan yang masih bersifat kualitatif.

- **Matematika Ekonomi**

Peran matematika ekonomi dalam pemodelan ekonometri cenderung untuk menyatakan teori ekonomi dalam hubungan secara matematis yang tentunya sudah lebih spesifik lagi hubungannya bila dibandingkan dengan hubungan

yang dinyatakan secara verbal yang berdasarkan teori ekonomi. Dalam tahap ini, matematika ekonomi belum atau bahkan tidak mementukan pengukuran-pengukuran parameter ekonomi secara empiris. Oleh karena itu, teori ekonometri dapat dikatakan merupakan verifikasi empiris dari teori ekonomi.

- **Statistika Ekonomi**

Sedangkan peran statistika ekonomi dalam analisis ekonometri adalah untuk mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data ekonomi, baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Akan tetapi data ekonomi yang terkumpul tersebut tidak digunakan untuk menguji teori ekonomi.

- **Matematika Statistik**

Kiprah matematika statistik dalam teknik ekonometri adalah untuk memfasilitasi atau memberikan sarana kerangka matematis statistik dalam pengestimasi/penaksiran model matematika ekonomi yang telah dibangun dari kerangka teori ekonomi dan yang telah dilengkapi dengan data statistik ekonomi.

Untuk memudahkan pemahaman tentang mekanisme kerja dan tahapan-tahapan yang sering dan perlu dikerjakan dalam membuat analisis secara ekonometri, akan dipaparkan metodologi ekonometri sebagai berikut :

1. Membuat suatu hipotesis/pernyataan.
2. Menduga model ekonometri untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.
3. Mengestimasi parameter model.
4. Melakukan verifikasi model.
5. Membuat prediksi.
6. Menggunakan model untuk membuat kebijakan.

Selain itu kriteria ekonometrika juga dapat diuji, dengan alasan pada model Regresi linear berganda sering dijumpai kasus (Nachrowi dan Usman, 2002) :

1. Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat dari koefisien tinggi, tapi hanya sedikit variabel bebas yang berpengaruh secara nyata. Menurut Santoso (2000) multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat :

- (1) Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF disekitar 1 dan nilai *Tolerance* mendekati 1 berarti bebas dari multikolinearitas.
- (2) Besaran korelasi antar variabel independent. Koefisien korelasi antar variabel independent haruslah lemah (di bawah 0.5), jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinearitas.

2. Heteroskedastisitas

Dapat dideteksi dengan melihat grafik Scatterplot pada program SPSS 17, dimana hasil dari grafik scatterplot itu akan menunjukkan hubungan antara nilai Y yang terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas dengan jarak tertentu, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- (1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar) maka ada terjadi kasus heteroskedastisitas.
- (2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi kasus heteroskedastisitas (Santoso,2000).

3. Autokorelasi

Autokorelasi dideteksi dengan melihat nilai Durbin Watson. Menurut Firdaus(2004) jika nilai D-W kecil dari 1.1 atau lebih besar dari 2.91, berarti ada autokorelasi, apabila nilai D-W diantara 1.55 sampai 2.46 berarti tidak ada autokorelasi, dan apabila nilai D-W diantara 1.10 dan 1.54 berarti tanpa kesimpulan.



III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada kecamatan yang terdapat di Kota Padang yaitu Kecamatan Koto Tengah. Waktu Penelitian yaitu selama enam bulan dimulai pada bulan Februari sampai bulan Juli 2010, dihitung sejak persiapan awal hingga penulisan laporan akhir.

B. Metoda Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1989). Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan berdasarkan pertimbangan kepadatan populasi dan tingkat konsumsi telur ayam ras per kecamatan di Kota Padang.

1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen rumah tangga yang ada di Kecamatan Koto Tengah yang mengkonsumsi telur ayam ras. Jumlah sampel ditentukan secara *quota sampling* yaitu peneliti menentukan sendiri proporsi sampel yang dikehendaki (Kuncoro, 2003), dimana jumlah sampel diambil sebanyak 60 orang. Penetapan jumlah sampel ini didasarkan kepada pemahaman pengertian sampel besar yaitu diatas 30 (Walpole, 1988).

Kota Padang terdiri dari 11 kecamatan. Berdasarkan keterbatasan peneliti dari segi waktu, biaya dan tenaga, serta pertimbangan kepadatan populasi dan

tingkat konsumsi telur ayam ras per kecamatan maka diambil 1 kecamatan yaitu Kecamatan Koto Tangah. Kecamatan Koto Tangah terdiri dari 13 kelurahan.

Tabel 2. Jumlah Rumah Tangga Menurut Kecamatan Tahun 2008

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Tingkat Konsumsi (Kg)
1	Bungus Teluk Kabung	24 116	-
2	Lubuk Kilangan	43 531	234,390
3	Lubuk Begalung	106 641	-
4	Padang Selatan	63 345	-
5	Padang Timur	87 174	-
6	Padang Barat	61 437	-
7	Padang Utara	76 326	-
8	Nanggalo	58 801	-
9	Kuranji	120 309	444,112
10	Pauh	53 669	403,860
11	Koto Tangah	161 466	700,061

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2008

Tabel 3. Jumlah Rumah Tangga Menurut Kelurahan Tahun 2008

No	Kelurahan	Jumlah Rumah Tangga
1	Dadok Tunggul Hitam	3 631
2	Air Pacah	1 497
3	Lubuk Minturun	1 893
4	Koto Panjang Ikur Koto	3 181
5	Bungo Pasang	5 985
6	Parupuk Tabing	3 008
7	Pasir Nan Tigo	5 094
8	Batang Kabung	3 888
9	Koto Pulai	2 183
10	Batipuh Panjang	2 920
11	Balai Gadang	1 601
12	Lubuk Buaya	2 517
13	Padang Sarai	2 843
Jumlah		39 241

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2008

Dari 13 kelurahan tersebut dipilih 3 kelurahan yang terpadat jumlah penduduknya, menengah jumlah penduduknya dan terkecil jumlah penduduknya, yaitu Kelurahan Bungo Pasang, Kelurahan Parupuk Tabing dan Kelurahan Air

Pacah. Setelah didapat 3 kelurahan terpilih baru ditentukan sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional, seperti yang terlihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 4. Penentuan Sampel Secara Proporsional

Kecamatan	Kelurahan	Jumlah Rumah Tangga	Persentase Pengambilan Sampel (%)	Jumlah Sampel Tiap Kelurahan
Koto Tangah	Total	10.490	100	60
	Bungo Pasang	5.985	57,05	34
	Parupuk Tabing	3.008	28,68	17
	Air Pacah	1.497	14,27	9
Total		10.490	100	60

2. Variabel Penelitian

Untuk menjawab tujuan penelitian, maka yang akan menjadi variabel penelitian adalah sebagai berikut :

1) Karakteristik konsumen :

- a. Jumlah anggota rumah tangga (orang)
- b. Umur ibu rumah tangga (tahun)
- c. Pendidikan ibu rumah tangga (SD, SLTP, SLTA)
- d. Pendapatan rumah tangga/bulan (Rp)
- e. Pekerjaan (bekerja atau tidak bekerja)

3. Data dan Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

1) Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari konsumen rumah tangga yang melakukan pembelian telur ayam ras di Kota Padang dan sekaligus menjadi

sampel pada penelitian ini. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan memakai kuesioner sebagai alat bantu.

Data primer meliputi:

- a. Identitas responden, meliputi nama, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan utama, tingkat pendapatan keluarga dalam sebulan.
- b. Perilaku konsumen rumah tangga dalam melakukan pembelian telur ayam ras yang meliputi jumlah pembelian, waktu dan tempat pembelian, frekuensi pembelian. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen rumah tangga keluarga dalam pembelian telur ayam ras meliputi faktor kualitas telur, harga dan tempat pembelian.

2) Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dari kantor Dinas Peternakan Propinsi Sumatera Barat dan Kantor Badan Pusat Statistik (BPS). Data yang dikumpulkan adalah data-data yang diperlukan untuk penelitian.

Untuk mendapatkan data-data di atas dan keterangan yang dibutuhkan, maka digunakan dua cara penelitian, yaitu:

a. Riset Lapangan (*field Research*)

Penelitian lapangan ini diperlukan untuk memperoleh data primer yang didapat langsung dari objek yang akan diteliti, yaitu melalui:

- Daftar pertanyaan (kuesioner), berisikan pertanyaan yang berhubungan dengan analisis perilaku konsumen telur ayam ras yang diajukan pada responden.

b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan membaca buku-buku, jurnal, laporan dan sumber data lainnya yang relevan dengan penulisan skripsi ini.

4. Analisis Data

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini analisa data yang digunakan adalah :

- 1) Untuk menganalisis tujuan penelitian pertama digunakan analisis data deskriptif untuk menampilkan karakteristik konsumen rumah tangga terhadap konsumsi telur ayam ras.
- 2) Analisis statistik digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui pengaruh karakteristik rumah tangga dengan tingkat konsumsi telur ayam ras yaitu dengan regresi berganda.

Untuk itu terlebih dahulu dibangun model yang menunjukkan hubungan antara jumlah konsumsi telur ayam ras dengan tingkat pendapatan rumah tangga disamping variabel pendapatan. Pada model atau persamaan regresi dimasukkan juga variabel karakteristik rumah tangga seperti jumlah anggota rumah tangga, umur ibu, tingkat pendidikan dan pekerjaan ibu rumah tangga. Tujuan dimasukkan variabel karakteristik rumah tangga untuk melihat apakah karakteristik rumah tangga mempengaruhi jumlah konsumsi rumah tangga tersebut terhadap telur ayam ras.

Dengan demikian dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Q = b_0 + b_1N + b_2U_{ibu} + b_3I + b_4D_1 + b_5D_2 + U_i$$

Dimana :

Q = Jumlah konsumsi telur ayam ras (Kg/Rt/bulan)

N = Jumlah anggota rumah tangga (Orang)

U_{ibu} = Umur ibu rumah tangga (Tahun)

I = Pendapatan (Rp)

D_1 = 1 ; Pendidikan terakhir ibu tamat SLTA

0 ; Pendidikan terakhir ibu tidak tamat SLTA

D_2 = 1 ; Ibu rumahtangga bekerja

0 ; Ibu rumahtangga tidak bekerja

b_0, \dots, b_5 = Parameter yang menyatakan pertambahan absolut variabel independent apabila variabel bebas berubah satu satuan.

U_i = Faktor kesalahan pada pengamatan ke- i

Untuk menyelesaikan persamaan (penaksiran koefisien-koefisien regresi) dan mencari model terbaik dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS 17). Model terbaik yang dipilih dalam membahas permasalahan ini terdiri dari :

- a. Koefisien determinasi (*R square*) yang telah disesuaikan (Santoso, 2001) ini diestimasi untuk melihat berapa persen variabel bebas dapat mempengaruhi atau menjelaskan variabel tidak bebas. Nilai *R square* berkisar antara 0-1.
- b. Uji F (*analysis of variance* / ANOVA) dan uji t

Uji F juga digunakan untuk mengetahui apakah secara keseluruhan variabel bebas (karakteristik rumah tangga) mempengaruhi variabel tidak

bebas. Pengujian secara tunggal ini digunakan untuk membandingkan besarnya angka taraf signifikan 1% - 20%.

Pengambilan keputusan :

$$H_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = 0$$

$$H_1 = \text{paling sedikit salah satu } b \neq 0$$

Uji t digunakan untuk melihat apakah secara individual variabel bebas (karakteristik rumah tangga) berpengaruh secara nyata terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras.

Pengambilan keputusan :

H_0 : koefisien regresi tidak signifikan

H_1 : koefisien regresi signifikan

Pada program SPSS pengujian terhadap hipotesis baik uji F maupun uji t dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikan untuk masing-masing variabel. H_0 diterima jika tingkat signifikannya lebih besar dari taraf nyata yang disyaratkan. Pada penelitian ini, taraf nyata pengujian ditetapkan pada tingkat 10%, 5%, dan 1% sesuai dengan pendapat Supranto (1990)

Selain itu kriteria ekonometrika juga dapat diuji, dengan alasan pada model Regresi linear berganda sering dijumpai kasus (Nachrowi dan Usman, 2002) :

1. Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat dari koefisien tinggi, tapi hanya sedikit variabel bebas yang berpengaruh secara nyata. Menurut Santoso (2000) multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat :

(1) Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF disekitar 1 dan nilai *Tolerance* mendekati 1 berarti bebas dari multikolinearitas.

(2) Besaran korelasi antar variabel independent. Koefisien korelasi antar variabel independent haruslah lemah (di bawah 0.5), jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinearitas.

2. Heteroskedastisitas

Dapat dideteksi dengan melihat grafik Scatterplot pada program SPSS 17, dimana hasil dari grafik scatterplot itu akan menunjukkan hubungan antara nilai Y yang terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas dengan jarak tertentu, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Dasar pengambilan keputusan yaitu :

(1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar) maka ada terjadi kasus heteroskedastisitas.

(2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi kasus heteroskedastisitas (Santoso,2000).

3. Autokorelasi

Autokorelasi dideteksi dengan melihat nilai Durbin Watson. Menurut Firdaus(2004) jika nilai D-W kecil dari 1.1 atau lebih besar dari 2.91, berarti ada autokorelasi, apabila nilai D-W diantara 1.55 sampai 2.46 berarti tidak ada autokorelasi, dan apabila nilai D-W diantara 1.10 dan 1.54 berarti tanpa kesimpulan.

Untuk mendapatkan model yang baik, spesifikasi model akan dilakukan secara interatif (berulang-ulang) berdasarkan hasil evaluasi model,bisa berupa :

1) Mengubah atau mengurangi variabel-variabel yang ternyata tidak berpengaruh secara nyata.

2) Mentransformasi model, dalam spesifikasi model, bisa berupa :

a) Tidak memasukkan peubah yang sesuai ke dalam persamaan.

b) Memasukkan peubah yang tidak sesuai.

c) Kesalahan dalam menentukan bentuk fungsi.

d) Tidak memasukkan beberapa peramalan ke dalam model.

5. Definisi Operasional

- 1) Karakteristik konsumen adalah sifat-sifat yang ditampilkan seseorang yang berhubungan dengan berbagai aspek kehidupan seperti tingkat pendidikan, umur, jumlah anggota keluarga, pendapatan dan pekerjaan.
- 2) Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk (telur) termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului kegiatan tersebut.
- 3) Konsumen rumah tangga adalah suatu keluarga yang mengkonsumsi telur ayam ras untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga.
- 4) Rumah tangga (keluarga) merupakan kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan atau adopsi dan tinggal bersama.
- 5) Responden adalah konsumen rumah tangga yang melakukan pembelian telur ayam ras secara rutin di kota Padang.
- 6) Konsumsi telur ayam ras adalah banyaknya telur ayam ras yang dikonsumsi oleh rumah tangga selama sebulan terakhir (Kg/Rt/bulan).

- 7) Telur ayam ras adalah telur konsumsi yang dihasilkan oleh ayam ras tipe petelur.
- 8) Jumlah anggota rumah tangga adalah semua orang yang bertempat tinggal dalam satu atap dan membuat keputusan keuangan bersama atau menyebabkan pihak lain mengambil keputusan bagi mereka.
- 9) Tingkat pendidikan ibu rumah tangga adalah pendidikan formal yang tertinggi yang dicapai oleh ibu rumah tangga.



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Karakteristik Rumah Tangga

Karakteristik konsumen telur ayam ras yang mengkonsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang meliputi : jumlah anggota rumah tangga, umur ibu rumah tangga, pendapatan rumah tangga, pendidikan ibu rumah tangga dan pekerjaan ibu rumah tangga.

1. Jumlah Anggota Rumah Tangga

Pada penelitian ini jumlah anggota rumah tangga dikelompokkan menjadi 3 kelompok. Dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Table 5. Komposisi Jumlah Anggota Rumah Tangga

No	Jumlah ART	Responden	Persentase (%)	Rata-rata konsumsi Kg/RT/bln
1	2	3	5	1.11
2	3 - 5	42	70	1.95
3	6 - 8	15	25	2.97
Jumlah ART		60	100	6.03

Sumber : Hasil Penelitian, 2010

Dapat dilihat pada Tabel 5 di atas bahwa dalam suatu rumah tangga kebanyakan responden mempunyai jumlah anggota keluarga berkisar antara 3–5 orang (70 %) dan responden yang mempunyai anggota keluarga paling sedikit yaitu 2 orang (5%). Rumah tangga yang mempunyai rata-rata konsumsi telur ayam ras paling banyak adalah 6-8 orang (2.97 kg/RT/bulan).

Dapat disimpulkan bahwa bertambah nya jumlah anggota rumah tangga mengakibatkan ikut meningkatnya jumlah konsumsi rumah tangga terhadap telur ayam ras.

2. Umur Ibu Rumah Tangga

Variasi umur ibu rumah tangga dari umur 30- \geq 51 tahun, dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok umur, seperti pada Tabel 5 berikut :

Table 6. Distribusi Umur Ibu Rumah Tangga

No	Umur (th)	Responden	Persentase (%)	Rata-rata konsumsi Kg/RT/bln
1	30-40	16	26.67	2.25
2	41-50	19	31.67	2.23
3	\geq 51	25	41.67	2.17
Jumlah		60	100	6.65

Sumber : Hasil Penelitian, 2010

Dari tiga kelompok umur di atas menunjukkan kebanyakan konsumen telur ayam ras berasal dari ibu-ibu berumur \geq 51 tahun (41.67%). Rata-rata konsumsi telur ayam ras terbanyak berasal dari ibu berumur 30-40 tahun yaitu 2.25 kg/RT/bulan, dimana menurut Kotler (1994) pada kelompok usia ini merupakan standard usia kerja produktif, dan di antara mereka sudah mempunyai pekerjaan tersebut mereka membutuhkan energi dan gizi yang cukup. Walaupun mereka masih tergolong pada usia muda, namun mereka telah mengerti akan pentingnya memenuhi kebutuhan gizi yaitu dengan mengkonsumsi protein asal hewani salah satunya adalah telur ayam ras.

3. Jumlah Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan responden didapatkan dengan menghitung total pengeluaran rumah tangga. Total pengeluaran diperoleh dari hasil kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini. Pendapatan rumah tangga disini dikelompokkan atas 3 kelompok berdasarkan standar deviasi. Dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini :

Table 7. Jumlah Pendapatan Rumah Tangga

No	Pendapatan/bulan	Responden	Persentase (%)	Rata-rata konsumsi Kg/RT/bln
1	≤ 2 995 128.33	37	61.67	2.10
2	2 995 128.33-5 136 339.69	20	33.33	2.12
3	≥ 5 136 339.69	3	5.00	3.16
Jumlah		60	100	7.38

Sumber : Hasil Penelitian, 2010

Dari data pada Tabel 7, dapat dilihat rumah tangga yang paling banyak mengkonsumsi telur ayam ras adalah rumah tangga yang berpendapatan ≤ 2 995 128,33 (61.67%). Akan tetapi rumah tangga yang mempunyai tingkat konsumsi telur ayam ras paling tinggi terdapat pada rumah tangga dari golongan pendapatan ≥ 5 136 339.69 yaitu 3.16 kg/RT/bulan. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat konsumsi telur ayam ras meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan. Sesuai dengan pendapat Herlambang (2002) bahwa konsumsi masyarakat meningkat terhadap suatu komoditas seiring dengan terjadinya peningkatan pendapatan.

4. Pendidikan Ibu Rumah Tangga

Dalam penelitian ini pendidikan ibu dikelompokkan atas beberapa kelompok mulai dari SD, SLTP, SLTA dan Perguruan Tinggi.

Table 8. Distribusi Pendidikan Ibu Rumah tangga

No	Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase (%)	Rata-rata konsumsi Kg/RT/bln
1	SD	5	8.33	1.60
2	SLTP	5	8.33	1.73
3	SLTA	29	48.33	2.24
4	Perguruan Tinggi	21	35.00	2.28
Jumlah		60	100	7.85

Sumber : Hasil Penelitian, 2010

Dari Tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden paling besar berasal dari ibu yang berpendidikan SLTA yaitu 29 responden (48.33%). Responden yang mempunyai konsumsi telur ayam ras paling besar berasal dari ibu rumah tangga yang berpendidikan perguruan tinggi yaitu 2.28 kg/RT/bulan. Hal ini memperlihatkan bahwa ibu rumah tangga yang berpendidikan tinggi cenderung memilih pangan yang berkualitas serta lebih mengerti dan mengetahui alternative sumber pengetahuan protein hewani yang dapat dikonsumsi oleh keluarga seperti telur ayam ras. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan ibu rumah tangga maka semakin tinggi pula kesadaran akan gizi keluarganya. Sesuai dengan pendapat Kotler (1994) mengatakan bahwa ibu rumah tangga yang berpendidikan tinggi lebih menyadari dan mengerti kecukupan gizi makanan keluarga dibandingkan dengan ibu berpendidikan rendah.

Ibu rumah tangga merupakan penentu pola konsumsi terbesar dalam suatu rumah tangga dengan latar belakang pendidikan lebih tinggi otomatis mereka mengerti dan memahami tentang gizi dan lebih selektif dalam memilih makanan yang baik untuk keluarganya.

5. Pekerjaan Ibu Rumah tangga

Pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pekerjaannya, pekerjaan responden dikelompokkan menjadi tiga jenis pekerjaan, yaitu : ibu rumah tangga, Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan wiraswasta.

Tabel 9. Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Responden	Persentase (%)	Rata-rata konsumsi/RT/bln
1	Rumah Tangga	31	51.67	2.26
2	PNS	12	20.00	2.02
3	Wiraswasta	17	28.33	2.07
Jumlah		60	100	6.35

Sumber : Hasil Penelitian, 2010

Dilihat dari data di atas ternyata konsumen terbesar berasal dari ibu rumah tangga yang tidak bekerja yaitu 31 orang (51.67 %). Responden ini juga mempunyai konsumsi terbanyak yaitu 2.26 kg/RT/bulan. Berarti ibu rumah tangga yang tidak bekerja cenderung lebih banyak mengkonsumsi telur ayam ras dibandingkan dengan ibu rumah tangga yang bekerja. Hal ini disebabkan karena ibu rumah tangga yang bekerja membutuhkan energi dan protein yang lebih banyak, sehingga ibu rumah tangga yang bekerja memilih sumber protein lain yang lebih berkualitas, seperti daging. Semakin bagus pekerjaan seseorang kebutuhan akan protein hewannya dengan mudah akan terpenuhi. Kotler (1994) menyatakan bahwa pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pekerjaan, semakin berat pekerjaan seseorang semakin banyak energi yang diperlukan, pekerja yang lebih banyak mengandalkan kekuatan fisik memerlukan energi yang lebih banyak dari pada pekerja yang mengandalkan keahlian.

B. Spesifikasi Model Regresi

Sesuai dengan spesifikasi model pada bab metodologi penelitian, dimana variasi tingkat konsumsi rumah tangga terhadap konsumsi telur ayam ras disebabkan oleh adanya variasi : (1) Jumlah Anggota RT (2) Umur Ibu (3) Pendapatan RT (4) Tingkat Pendidikan Ibu RT (5) Pekerjaan Ibu RT.

Hasil pendugaan model tahap I ditampilkan secara ringkas pada Tabel 9

berikut :

Table 10. Hasil Pendugaan Model Tahap I dengan Memasukkan Semua Variabel

Variabel	Nilai Sig.	R ²	Adj R ²	Koef. Regresi	T Sign.	D-W	Tolerance	VIF
	0.005*	0.262	0.194			1.855		
Constant				0.744	0.353			
Jumlah ART				0.306	0.001*		0.868	1.152
Umur				-0.004	0.756 NS		0.787	1.271
Pendapatan				0.00004314	0.696 NS		0.875	1.142
Pendidikan				0.239	0.487 NS		0.734	1.362
Pekerjaan				-0.203	0.371 NS		0.939	1.065

Sumber : Hasil Pengolahan Program SPSS, 2010

Keterangan : NS = Non Signifikan

* = Signifikan pada taraf nyata 1%

Dari hasil pendugaan model tahap I hasil ANOVANYA (uji-F) signifikan, berarti model tersebut bisa diterima, secara keseluruhan variabel jumlah anggota rumah tangga, umur ibu rumah tangga, pendapatan dan pekerjaan ibu rumah tangga secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap konsumsi telur ayam ras pada α 1% ($P < 0.01$) yang ditunjukkan oleh nilai signifikan pada hasil uji-F sebesar 0.005.

Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk model tersebut yaitu 0.262 berarti variasi tingkat konsumsi rumah tangga terhadap telur ayam ras 26.2% dapat dijelaskan oleh variabel jumlah anggota rumah tangga, umur ibu rumah tangga, pendapatan dan pekerjaan ibu rumah tangga.

Model tersebut bebas dari kasus autokorelasi karena nilai Durbin-Watsonnya berada di antara 1.55 sampai 2.46, yaitu 1.855. Sesuai dengan pendapat Firdaus (2004), suatu model yang bebas dari kasus autokorelasi akan mempunyai nilai D-W antara 1.55 sampai 2.46. Pada model tersebut juga terlihat

nilai tolerancenya mendekati 1 dan angka VIFnya berada disekitar 1, serta koefisien korelasinya lemah yaitu di bawah 0.5. Hal ini menunjukkan pada model ini tidak terjadi kasus multikolinearitas, karena menurut Santoso (2000) pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF disekitar 1 dan nilai tolerance mendekati 1. Koefisien korelasi antar variabel *independent* haruslah lemah (di bawah 0.5), jika korelasi kuat, maka terjadi *problem* multikolinearitas.

Hasil deteksi kasus heteroskedastisitas dapat dilihat pada Lampiran 2 pada gambar scatterplot. Dapat disimpulkan model tersebut bebas dari kasus heteroskedastisitas dimana titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas dan di bawah angka nol pada sumbu y. hal ini sesuai dengan pendapat Santoso (2000) dimana jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk hasil uji-t dari 5 buah variabel penjelas terlihat hanya ada 1 variabel yang signifikan pengaruhnya terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras rumah tangga, yaitu : jumlah anggota rumah tangga yang mengkonsumsi telur ayam ras. Dimana variabel jumlah anggota rumah tangga yang mengkonsumsi telur ayam ras berpengaruh nyata pada α 1% ($P < 0.01$). Dengan terpenuhinya kriteria ekonometrika pada model tersebut, dapat disimpulkan model menghasilkan pendugaan yang valid.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, dicoba membuat model baru yaitu dengan mengeluarkan variabel yang memiliki nilai tidak signifikannya besar yaitu dengan mengeluarkan variabel umur ibu rumah tangga dan pendapatan. Hasil pendugaan model tahap II secara ringkas ditampilkan pada Tabel 10 berikut.

Table 11. Hasil Pendugaan Model Tahap II dengan Mengeluarkan 2 Variabel Terbesar

Variabel	Nilai Sig.	R ²	Adj R ²	Koef. Regresi	T Sign.	D -W	Tolerance	VIF
	0.001*	0.260	0.220			1.813		
Constant				0.617	0.140			
Jumlah ART				0.303	0.000*		0.921	1.086
Pendidikan				0.306	0.313		0.919	1.088
Pekerjaan				-0.181	0.405		0.988	1.013

Sumber : Hasil Pengolahan Program SPSS, 2010

Keterangan : NS = Non Signifikan

* = Signifikan pada taraf nyata 1%

Ternyata pendugaan tahap II ini lebih baik meskipun tampak tidak jauh berbeda dengan pendugaan pada tahap I, model ini bisa dipakai untuk mencerminkan pengaruh variabel-variabel terhadap konsumsi telur ayam ras oleh rumah tangga, dimana uji ANOVAny signifikan terhadap variabel jumlah anggota rumah tangga, pendidikan dan pekerjaan ibu rumah tangga secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap konsumsi telur ayam ras pada α 1% ($P < 0.001$) yang ditunjukkan oleh nilai signifikan pada hasil uji-F untuk model di atas sebesar 0.001.

Model bebas dari kasus autokorelasi dimana nilai D-Wnya semakin baik yaitu 1.813. menurut Firdaus (2004) jika nilai D-Wnya berada diantara 1.55 dan 2.46 berarti bebas dari kasus autokorelasi. Pada hasil tahap II ini juga tidak terjadi multikolinearitas dimana nilai VIF berada disekitar satu dan mempunyai angka tolerance semakin mendekati satu. Menurut Santoso (2000) model bebas dari kasus multikolinearitas mempunyai nilai VIF disekitar angka satu dan mempunyai angka tolerance mendekati satu. Model ini juga bebas dari kasus heteroskedastisitas yang ditunjukkan oleh tidak adanya pola yang jelas pada

diagram scatterplot dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (Santoso, 2000).

Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk model tersebut yaitu 0.260 berarti variasi tingkat konsumsi rumah tangga terhadap telur ayam ras 26% dapat dijelaskan oleh variabel jumlah anggota rumah tangga, pendidikan dan pekerjaan ibu rumah tangga.

Dari hasil uji-t ternyata variabel yang berpengaruh masih sama dengan variabel pada tahap I yaitu jumlah anggota rumah tangga berpengaruh nyata pada tingkat konsumsi rumah tangga terhadap telur ayam ras, dimana variabel jumlah anggota rumah tangga berpengaruh nyata pada α 1% ($P < 0.01$).

Dengan terpenuhinya kriteria ekonomi, statistik dan ekonometrika pada model tersebut, dapat disimpulkan model menghasilkan penduga yang valid. Variabel-variabel yang dimasukkan sebagai variabel penjelas signifikan pengaruhnya terhadap konsumsi telur ayam ras. Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai Adj R^2 nya yang meningkat (0.220). Dari model tersebut masih ada variabel yang tidak signifikan yang dimasukkan karena kalau variabel tersebut dikeluarkan maka nilai Adj R^2 nya turun. Berarti variabel tersebut harus dimasukkan ke dalam model. Hal ini sesuai dengan pendapat Santoso (2000), apabila nilai Adj R^2 meningkat akibat dari dikeluarkan atau ditambahkan suatu variabel ke dalam model, menunjukkan model baru tersebut relatif lebih baik dari pada model sebelumnya, begitu juga sebaliknya.

C. Pengaruh Variabel Penjelas Terhadap Konsumsi Telur Ayam Ras

Dari hasil pendugaan model terpilih dapat dibuat persamaan regresinya :

$$Q = 0.617 + 0.303 N + 0.306 D1 - 0.181 D2$$

1. Konstanta

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam model regresi terdapat nilai konstanta sebesar 0.617. Nilai konstanta bernilai positif menggambarkan tingkat nilai rata-rata perkembangan permintaan telur ayam ras cenderung naik ketika variabel penjelas tetap. Dalam arti kata rata-rata peningkatan permintaan telur ayam ras pada rumah tangga di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang sebesar 0.617 kg.

2. Pengaruh Jumlah Anggota Rumah tangga yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras

Variabel Jumlah Anggota Rumah tangga yang mengonsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang berpengaruh secara nyata terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras dengan taraf nyata 1%. Besar pengaruh koefisien regresi untuk variabel jumlah anggota keluarga bernilai 0.303. Nilai koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan apabila jumlah anggota rumah tangga bertambah 1 orang akan menyebabkan konsumsi terhadap telur ayam ras akan naik sebesar 0.303 kg. Artinya penambahan anggota keluarga akan menyebabkan proporsi konsumsi telur ayam ras yang diperoleh setiap anggota rumah tangga akan meningkat sebesar 0.303 kg.

3. Pengaruh Variabel Pendidikan Rumah Tangga

Variabel pendidikan rumah tangga tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras di rumah tangga. Namun dengan dikeluarkannya

variabel ini maka akan menurunkan nilai Adj R², hal ini sesuai pendapat Santoso (2000), apabila nilai Adj R² meningkat akibat dari dikeluarkan atau ditambahkan suatu variabel ke dalam model, menunjukkan model baru tersebut relatif lebih baik dari pada model sebelumnya. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin baik pendidikan ibu rumah tangga maka tingkat konsumsi terhadap telur ayam ras ikut meningkat.

Hal ini menunjukkan ibu rumah tangga yang berpendidikan tinggi cenderung lebih mengutamakan kebutuhan konsumsi pangan yang berkualitas untuk keluarganya dibandingkan ibu yang memiliki pendidikan rendah. Kondisi ini memperlihatkan bahwa tingkat konsumsi telur ayam ras juga dipengaruhi oleh selera masyarakat.

4. Pengaruh Variabel Pekerjaan Ibu Rumah Tangga

Variabel pekerjaan ibu rumah tangga tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras dalam rumah tangga. Jadi jenis pekerjaan ibu rumah tangga tidak terlalu mempengaruhi jumlah konsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Hal ini sama dengan hasil penelitian Ramadhona (2009) dimana variabel pekerjaan ibu rumahtangga tidak signifikan pengaruhnya terhadap konsumsi telur di Kecamatan Pauh Kota Padang.

D. Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa ternyata variabel-variabel non ekonomi yang diduga mempengaruhi jumlah konsumsi terhadap telur ayam ras, tidak semuanya signifikan. Yang signifikan adalah jumlah anggota rumah tangga,

hal ini menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang mempengaruhi tingkat konsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Tingkat konsumsi rata-rata setiap orang di Kecamatan Koto Tangah dalam mengkonsumsi telur ayam ras sekitar 0.48 kg per bulan. Kebutuhan asal ternak bagi masyarakat Indonesia untuk telur ditargetkan sebesar 6 gram per kapita per hari. Dapat dilihat tingkat konsumsi telur ayam ras masih rendah, padahal harga telur relatif lebih murah. Perilaku konsumen ini kurang diketahui sebabnya. Ada dugaan bahwa lebih rendahnya konsumsi telur berkaitan dengan kandungan kolesterol yang tinggi pada telur. Diketahui bahwa kolesterol pada telur dapat meningkatkan kolesterol darah dan merupakan salah satu penyebab penyakit jantung koroner. Meskipun demikian, ada ahli yang membuktikan bahwa mengkonsumsi telur dalam jumlah yang wajar tidak akan menaikkan kolesterol darah (Sianturi, 2004).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka peningkatan pemerataan pendapatan menjadi sangat mendesak untuk segera dilaksanakan baik oleh pemerintah, swasta ataupun individu-individu. Sebab, tampaknya secara umum jika pendapatan kita meningkat, maka kita cenderung untuk meningkatkan kualitas makanan yang kita konsumsi.

Pemerataan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pemerataan berusaha bagi masyarakat.
2. Tingkatkan pendapatan masyarakat bawah.
3. Tingkatkan ketrampilan/pengetahuan masyarakat.
4. Ciptakan lapangan kerja yang potensial.

5. Memotivasi dan mengusahakan secara sungguh-sungguh masyarakat untuk mengembangkan kewirausahaan yang mandiri.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen rumah tangga yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang adalah jumlah anggota rumah tangga, yaitu terdapat pada kelompok antara 3-5 orang (70 %) yang mempunyai rata-rata konsumsi telur ayam ras paling banyak 2.97 kg/Rt/bulan. Semakin tinggi jumlah anggota rumah tangga semakin tinggi pula tingkat konsumsi telur ayam ras. Sementara karakteristik lain yaitu variabel umur ibu rumah tangga, pendapatan rumah tangga, pendidikan dan pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi. Variabel-variabel tersebut cenderung mengarah kepada selera konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh karakteristik rumah tangga dengan variasi tingkat konsumsi terhadap telur ayam ras sebesar 26% dapat dijelaskan oleh 3 variabel yaitu, variabel jumlah anggota keluarga yang memiliki pengaruh koefisien regresi senilai 0.303 pada taraf nyata α 1%, variable umur, pendapatan, pendidikan dan pekerjaan ibu rumah tangga tidak signifikan pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi telur ayam ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

B. Saran

Dengan didapatkannya hasil penelitian ini di harapkan pada pihak-pihak terkait agar dapat memberikan sosialisasi lebih lanjut tentang pentingnya mengkonsumsi makanan bergizi dan berprotein seperti telur ayam ras. Dilihat pada kesimpulan pengaruh karakteristik kosumen rumah tangga dengan tingkat konsumsi rumah tangga hanya sebesar 26%, diduga ada faktor lain yang mempengaruhinya. Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi rumah tangga terhadap telur ayam ras di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi ke-5*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Badan Bimas Ketahanan Pangan Propinsi Sumatera Barat. 2008. *Laporan Pemantauan dan Analisis Konsumsi Pangan Masyarakat Propinsi Sumatera Barat Padang*.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. 2008. *Konsumen Rumahtangga*. Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Barat, Padang.
- Badan Pusat Statistik. 2008. *Koto Tangah Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Barat, Padang.
- Badan Pusat Statistik. 2008. *Padang Dalam Angka*. Kota Padang, Padang.
- Boediono. 1999. *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Edisi Kedua*. Badan penelitian Fakultas Ekonomi-Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Dinas Pertanian Peternakan dan Kehutanan Kota Padang. 2008. *Data Statistik Dinas Pertanian Peternakan dan Kehutanan Kota Padang Tahun 2008*. Dinas Pertanian Peternakan dan Kehutanan Kota Padang, Padang.
- Dinas Peternakan Sumbar. 2008. *Database Dinas Peternakan Propinsi Sumatera Barat*. Dinas Peternakan Propinsi Sumatera Barat, Padang.
- Downey, D. Dan Erickson, SP. 1992. *Manajemen Usaha Agrisbisnis*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell dan P.W. Minard. 1994. *Perilaku Konsumen, Jilid 1*. Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Firdaus, M. 2004. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Herlambang, T. 2002. *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Jafrinur. 2006. *Perilaku konsumen rumahtangga dalam mengonsumsi daging (Kasus Propinsi Sumatera Barat)*. Disertasi. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jilid 1, Edisi Kelima*. Erlangga, Jakarta.

- Kuncoro, M. 2003. Usaha Kecil di Indonesia: Profil, masalah dan strategi pengembangan. www.mudrajat.com.
- Lipsey, R.G. dan P.O. Steiner. 1992. Pengantar Ekonomi Mikro. Edisi 8. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Lipsey, R.G., P. N. Courant, D. Purvis dan P.O Steiner. 1995. Ekonomi Mikro. Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Nachrowi, D. N dan Uman H.2002. Penggunaan Teknik Ekonometri, Pendekatan Polpular dan Praktis Dilengkapi Teknis Analisis dan Pengolahan Data Dengan Menggunakan Paket Program SPSS. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Peter, J. P dan J. C. Olson. 1996. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4. Erlangga, Jakarta.
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J. J. O. I. 2005. Perilaku Konsumen. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ramadhona. 2009. Pola konsumsi protein hewani asal telur pada rumahtangga miskin di Kecamatan Pauh Kota Padang. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas, Padang.
- Santoso, S. 2000. Statistical Package for Social Science, Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, L.G. dan. L.L. Kanuk. 2000. Consumer Behavior. Seventh Edition. Prentice Hall International. INC, New Jersey.
- Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media, Bogor.
- Sianturi, G. 2004. Era baru ilmu pangan dan gizi. <http://www.kompas.co.id/kompas-cetak/0404/14/ilpeng/969491.htm>.
- Simamora, B. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____ 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun, M. Dan S. Efendi. 1989. Metode Penelitian Survei. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Suhardjo, L. J., Harper, B. J. Deaton, dan J. A. Driskel. 1986. Pangan Gizi dan Pertanian. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

_____, Hardiansyah dan Ryadi. 1990. Survei Konsumsi Pangan. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Sukirno, S. 2004. Pengantar Teori Ekonomi Mikro. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soemarjan, S. 1975. Aspek-aspek sosial budaya dalam program penganekaragaman menu makanan rakyat. Makalah Kerja Kongres Nasional Usaha Perbaikan Gizi Keluarga. Edisi Juli Tahun 1975. Jakarta.

Supranto, J. 1995. Regresi Berganda, Statistik. Edisi ke-5. Jilid II. Erlangga.

Syahrudin, 1989. Hubungan Antara Pendidikan Ibu dan Status Gizi Anak di Pedesaan. Pusat Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang.

Umar, H. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Undang – Undang No. 8. Tahun 1999. Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sinar Grafika, Jakarta

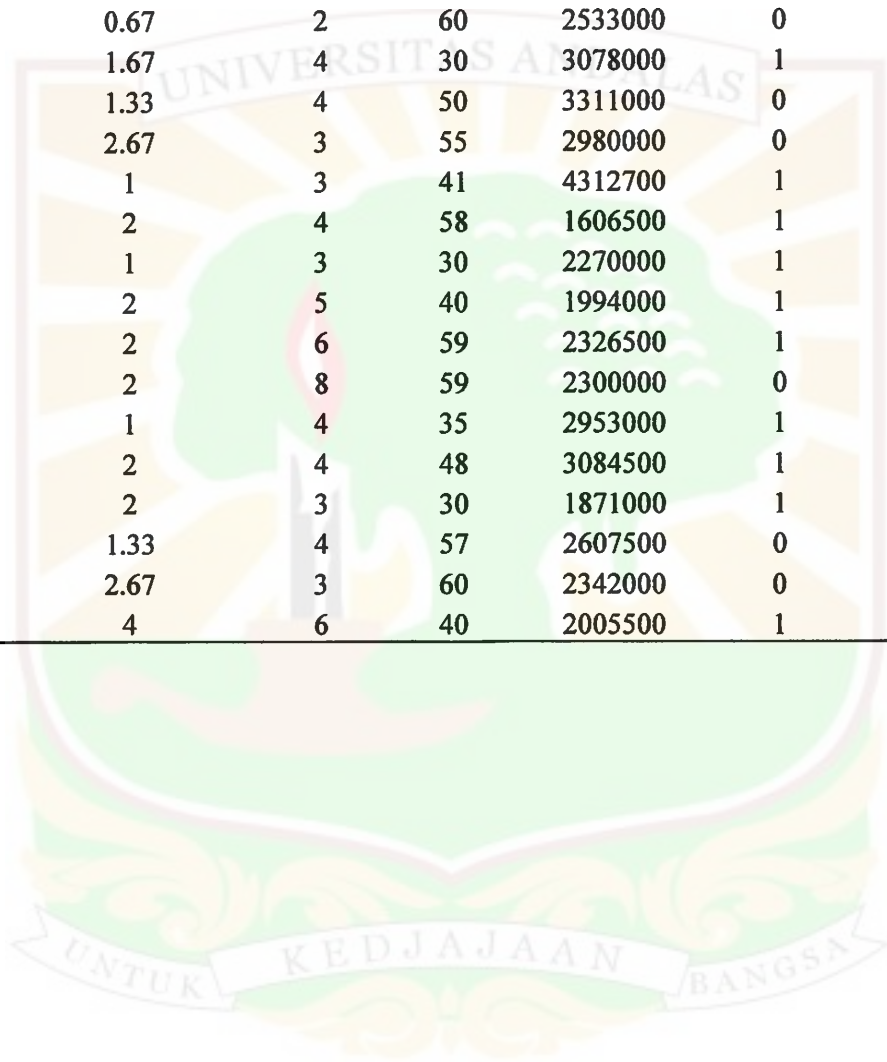
Walpole, E.R. 1988. Pengantar Statistik, Edisi Kedua. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



Lampiran 1. Data Mentah Karakteristik Kosumen Rumah Tangga Yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang

No	Tingkat Konsumsi Telur Ayam Ras (Kg/RT/bulan)	Jumlah Anggota RT (orang)	Umur Ibu RT (tahun)	Pendapatan RT (Rp/bulan)	Tamat SLTA (D1)	Pekerjaan (D2)
1	2	3	35	4038000	1	1
2	1.33	2	56	1825000	0	0
3	2	5	53	4858000	1	0
4	1.33	2	60	2441000	0	0
5	2	4	52	1992000	1	0
6	1	3	48	2440000	1	1
7	1.33	3	50	1781000	1	1
8	1.33	5	56	4056500	1	1
9	4	6	45	2769000	1	0
10	2	4	38	2757000	1	0
11	2	4	52	3402000	1	0
12	4	6	48	2829500	1	0
13	1	5	52	4952500	1	0
14	1	3	60	1876000	1	0
15	1.33	7	46	4315000	1	0
16	2	4	54	5325000	1	1
17	2	3	35	3988000	1	1
18	4.33	6	47	2028000	1	1
19	1.33	5	40	1551400	0	1
20	2	6	45	1817000	1	0
21	1.33	4	35	2420000	1	0
22	2	5	49	2973000	1	1
23	2	4	39	1794000	0	1
24	2.67	7	53	3763000	1	1
25	2	6	50	2098500	1	1
26	2	3	35	1512500	1	1
27	2.67	4	42	2958000	1	1
28	4	6	33	2566000	1	0
29	2	5	48	2995000	1	0
30	2.67	5	42	4507500	1	1
31	4	5	56	6347000	1	1
32	2	6	49	4308000	1	0
33	2	3	30	2899000	1	1
34	2	5	47	2572900	1	0
35	4	5	53	2074300	1	0

36	4	6	59	3018000	1	1
37	1.33	5	54	2931000	1	1
38	1.33	5	54	2138000	1	1
39	3.47	5	56	5390000	1	0
40	3	7	51	3438500	1	1
41	2	3	48	3411500	1	0
42	3.2	7	51	3304000	1	1
43	2.53	5	35	4023000	1	1
44	2.67	4	43	3647900	1	0
45	0.67	2	60	2533000	0	1
46	1.67	4	30	3078000	1	1
47	1.33	4	50	3311000	0	0
48	2.67	3	55	2980000	0	0
49	1	3	41	4312700	1	1
50	2	4	58	1606500	1	0
51	1	3	30	2270000	1	1
52	2	5	40	1994000	1	0
53	2	6	59	2326500	1	0
54	2	8	59	2300000	0	0
55	1	4	35	2953000	1	1
56	2	4	48	3084500	1	0
57	2	3	30	1871000	1	0
58	1.33	4	57	2607500	0	1
59	2.67	3	60	2342000	0	0
60	4	6	40	2005500	1	0



**Lampiran 2. Hasil Pendugaan Model Fungsi Permintaan Telur Ayam Ras
Tahap I
Regression**

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q	2.1589	.94106	60
N	4.5333	1.39572	60
Uibu	47.2667	8.95727	60
I	2995128.33	1070605.680	60
D1	.83	.376	60
D2	.48	.504	60

Correlations

		Q	N	Uibu	I	D1	D2
Pearson Correlation	Q	1.000	.488	.018	.127	.236	-.115
	N	.488	1.000	.139	.152	.269	-.059
	Uibu	.018	.139	1.000	.091	-.319	-.198
	I	.127	.152	.091	1.000	.264	.120
	D1	.236	.269	-.319	.264	1.000	.075
	D2	-.115	-.059	-.198	.120	.075	1.000
Sig. (1- tailed)	Q	.	.000	.447	.168	.035	.192
	N	.000	.	.145	.123	.019	.326
	Uibu	.447	.145	.	.244	.007	.065
	I	.168	.123	.244	.	.021	.181
	D1	.035	.019	.007	.021	.	.286
	D2	.192	.326	.065	.181	.286	.
N	Q	60	60	60	60	60	60
	N	60	60	60	60	60	60
	Uibu	60	60	60	60	60	60
	I	60	60	60	60	60	60
	D1	60	60	60	60	60	60
	D2	60	60	60	60	60	60

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.512 ^a	.262	.194	.84476	.262	3.844	5	54	.005	1.855

a. Predictors: (Constant), D2, N, I, Uibu, D1

b. Dependent Variable: Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.714	5	2.743	3.844	.005 ^a
	Residual	38.536	54	.714		
	Total	52.250	59			

a. Predictors: (Constant), D2, N, I, Uibu, D1

b. Dependent Variable: Q

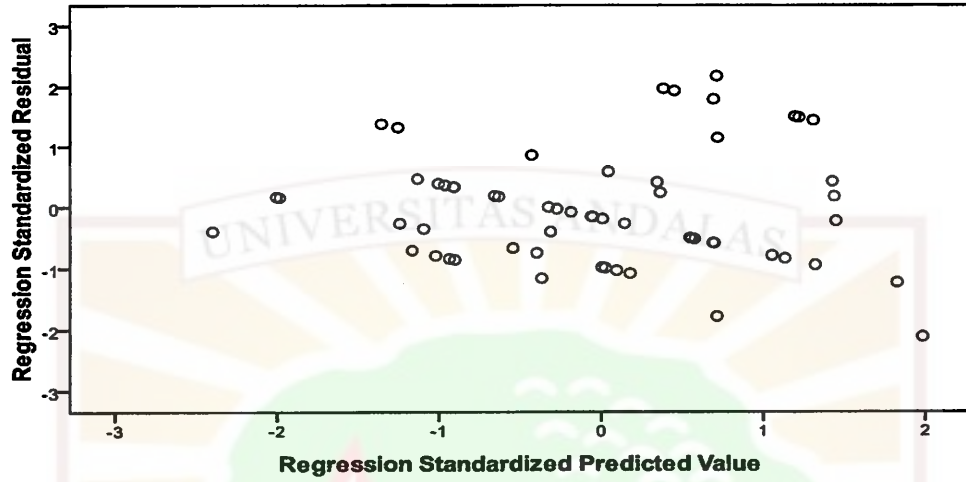
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.744	.793		.937	.353		
	N	.306	.085	.454	3.623	.001	.868	1.152
	Uibu	-.004	.014	-.041	-.312	.756	.787	1.271
	I	4.314E-8	.000	.049	.393	.696	.875	1.142
	D1	.239	.341	.096	.701	.487	.734	1.362
	D2	-.203	.225	-.109	-.902	.371	.939	1.065

a. Dependent Variable: Q

Scatterplot

Dependent Variable: Q



Lampiran 3. Hasil Pendugaan Model Fungsi Konsumsi Telur Ayam R Tahap II

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q	2.1589	.94106	60
N	4.5333	1.39572	60
D1	.83	.376	60
D2	.48	.504	60

Correlations

		Q	N	D1	D2
Pearson Correlation	Q	1.000	.488	.236	-.115
	N	.488	1.000	.269	-.059
	D1	.236	.269	1.000	.075
	D2	-.115	-.059	.075	1.000
Sig. (1- tailed)	Q	.	.000	.035	.192
	N	.000	.	.019	.326
	D1	.035	.019	.	.286
	D2	.192	.326	.286	.
N	Q	60	60	60	60
	N	60	60	60	60
	D1	60	60	60	60
	D2	60	60	60	60

Lampiran 3. Hasil Pendugaan Model Fungsi Konsumsi Telur Ayam Ras Tahap II

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q	2.1589	.94106	60
N	4.5333	1.39572	60
D1	.83	.376	60
D2	.48	.504	60

Correlations

		Q	N	D1	D2
Pearson Correlation	Q	1.000	.488	.236	-.115
	N	.488	1.000	.269	-.059
	D1	.236	.269	1.000	.075
	D2	-.115	-.059	.075	1.000
Sig. (1- tailed)	Q	.	.000	.035	.192
	N	.000	.	.019	.326
	D1	.035	.019	.	.286
	D2	.192	.326	.286	.
N	Q	60	60	60	60
	N	60	60	60	60
	D1	60	60	60	60
	D2	60	60	60	60

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.509 ^a	.260	.220	.83116	.260	6.545	3	56	.001	1.813

a. Predictors: (Constant), D2, N, D1

b. Dependent Variable: Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.563	3	4.521	6.545	.001 ^a
	Residual	38.686	56	.691		
	Total	52.250	59			

a. Predictors: (Constant), D2, N, D1

b. Dependent Variable: Q

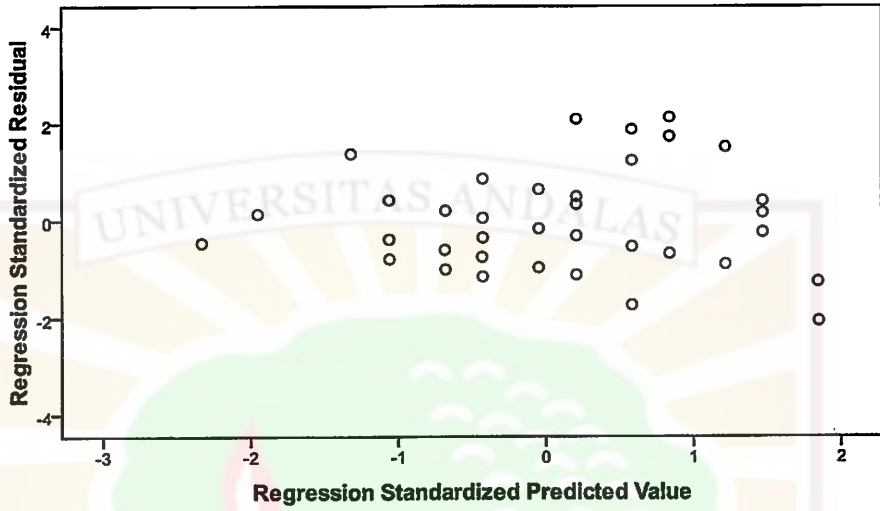
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.617	.413		1.496	.140		
	N	.303	.081	.450	3.754	.000	.921	1.086
	D1	.306	.300	.122	1.017	.313	.919	1.088
	D2	-.181	.216	-.097	-.838	.405	.988	1.013

a. Dependent Variable: Q

Scatterplot

Dependent Variable: Q



RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 29 Desember 1988 di Kota Padang. Anak dari bapak Agus Surianto (Alm) dan Ibu Ermi Yetti. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara.

Penulis menamatkan pendidikan taman kanak-kanak pada tahun 1994 di Taman Kanak-kanak Pertiwi 1 Padang dan menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2000 di SDN Tan Malaka 05 Padang, selanjutnya pada tahun 2003 menamatkan pendidikan sekolah menengah pertama di SLTP ADABIAH Padang dan menyelesaikan sekolah menengah atas di SMU PGRI 1 Padang pada tahun 2006. Pada tahun 2006 penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Peternakan pada program studi Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Andalas melalui jalur PMDK.

Pada tanggal 15 Juli sampai 31 Agustus 2009 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Simpang Tanjung Nan IV, Kecamatan Danau Kembar, Kabupaten Solok. Pada tanggal 10 September 2009 sampai 28 Februari 2010 melaksanakan Farm Experience di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang.

Penelitian dilaksanakan mulai dari tanggal 27 Mei 2010 sampai 30 Juli 2010 di Kota Padang dengan judul **“Karakteristik Konsumen Rumah Tangga yang Mengonsumsi Telur Ayam Ras di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang”**

Padang, Oktober 2010

Tivani Aristi