



**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Daging Kerbau Beku  
serta Implementasi terhadap Bauran Pemasaran  
(Studi Kasus: Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten)  
Lu'lu' Atun Nafisah<sup>1</sup>, Ma'mun Sarma<sup>1</sup>**

INFO NASKAH :

*Diterima Mei 2022*

*Diterima hasil revisi Mei 2022*

*Terbit Juni 2022*

Keywords :

Analisis Faktor, Bauran Pemasaran, BULOG, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Perusahaan Umum (Perum) BULOG merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Salah satu tugas Perum BULOG yaitu melakukan pengadaan pangan untuk mendukung ketahanan pangan nasional serta kegiatan komersial perusahaan. Selain beras, pengadaan pangan yang disediakan yaitu daging kerbau. Upaya pemasaran yang sesuai perlu dilakukan perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Tujuan pada penelitian ini untuk menganalisis karakteristik konsumen, proses keputusan pembelian, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta implementasi terhadap bauran pemasaran daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Penelitian ini diolah menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor. Terdapat delapan faktor baru yang memengaruhi keputusan pembelian daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten yaitu kualitas produk, akses produk, pengaruh lingkungan, persepsi konsumen, budaya dan demografi konsumen, promosi, informasi produk, dan kebutuhan mengonsumsi produk. Faktor utama yang paling memengaruhi adalah kualitas produk.

## PENDAHULUAN

Peternakan merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam pembangunan nasional yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan sumber protein hewani masyarakat Indonesia (DITJENNAK 2018). Sumber protein hewani dapat diperoleh melalui konsumsi daging. Jumlah konsumsi daging nasional pada tahun 2017 sebesar 11 kg per kapita per tahun. Jumlah tersebut jauh di bawah Malaysia 52.3 kg, Filipina 33 kg, dan Thailand 25.8 kg per kapita per tahun (Tirta 2017). Akan tetapi, seiring dengan perubahan pola konsumsi yang diakibatkan oleh kesadaran akan makanan bergizi berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap produk peternakan dalam negeri. Pada Tabel 1 terlihat partisipasi konsumsi penduduk Indonesia terhadap pangan hewani pada tahun 2015-2017 yang mengalami peningkatan yaitu menjadi 292.07%. Berdasarkan data tersebut, jumlah konsumsi pangan hewani yang meningkat dari tahun 2015 sampai tahun 2017 menjadi potensi terhadap pertumbuhan sektor peternakan di Indonesia.

<sup>1</sup> Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB Kampus Dramaga Bogor 16680, (email: msarma@apps.ipb.ac.id)

Tabel 1 Partisipasi konsumsi penduduk Indonesia terhadap pangan hewani pada tahun 2013-2017

Pangan hewani	Partisipasi konsumsi penduduk Indonesia (%)		
	2015	2016	2017
Ikan	88.09	88.72	89.70
Telur	85.37	86.58	89.47
Daging unggas	47.75	50.33	55.74
Susu	39.38	41.36	46.88
Daging sapi	8.20	6.46	7.11
Daging babi	2.18	2.25	2.59
Daging kambing	0	0	0.34
Daging kerbau	0	0	0.24
Total	270.97	275.7	292.07

Sumber: Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan 2018

Daging sapi menjadi urutan kelima yang dipilih masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan protein hewani. Tingkat konsumsi daging sapi mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai tahun 2017 yaitu sebesar 6.46% menjadi 7.11%. Kebutuhan masyarakat terhadap daging sapi menyebabkan permintaan daging di pasar menjadi tinggi sehingga harga daging sapi pada tahun 2017 mencapai Rp115 932 per kilogram (DITJENNAK 2018). DITJENNAK (2018) juga menyatakan bahwa produksi daging sapi dalam negeri tahun 2018 sebesar 403 668 ton, sedangkan kebutuhan daging sapi mencapai 663 290 ton. Sehingga kebutuhan daging sapi nasional hanya terpenuhi sebesar 60.9%.

Tingginya harga dan kebutuhan masyarakat akan daging sapi menyebabkan pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa impor daging kerbau. Impor tersebut sebagai salah satu upaya dalam mengantisipasi dan mengatasi masalah kekurangan pasokan serta lonjakan harga daging yang tidak terkendali khususnya menjelang hari besar keagamaan. Harga daging kerbau impor cukup terjangkau yaitu Rp80 000 per kilogram (Perum BULOG 2018). Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan menjadi dasar pemerintah untuk mengimpor daging kerbau sebagai alternatif pilihan daging yang lebih murah dan terjangkau. Kementerian Pertanian (2018) juga menyatakan bahwa pada tahun 2019 kebutuhan daging mencapai 620 000 ton, sedangkan produksi daging dalam negeri hanya 450 000 ton. Oleh karena itu, pengadaan daging kerbau impor sebanyak 100 000 ton pada tahun 2019 telah ditetapkan melalui mekanisme rapat koordinasi terbatas tingkat menteri bidang perekonomian dengan memberikan penugasan kepada Perusahaan Umum (Perum) BULOG, sehingga pemerintah memiliki kontrol penuh dalam pelaksanaannya (Anggraeni 2019).

Perum BULOG merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang logistik pangan. Selain berfungsi melaksanakan pelayanan publik yaitu mendukung terwujudnya kedaulatan pangan nasional, perusahaan juga melaksanakan kegiatan komersial. Salah satu tugas Perum BULOG yaitu mengelola pengadaan pangan pokok baik komoditi dalam maupun luar negeri yaitu daging kerbau. Pengadaan daging kerbau luar negeri diolah menjadi daging kerbau beku rendah lemak. Perum BULOG memiliki 26 Kantor Divisi Regional (Divre) salah satunya yaitu Divre DKI Jakarta dan Banten. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat melalui rekonsiliasi persediaan operasional komoditi daging kerbau bahwa alokasi impor daging kerbau pada Perum BULOG Divre

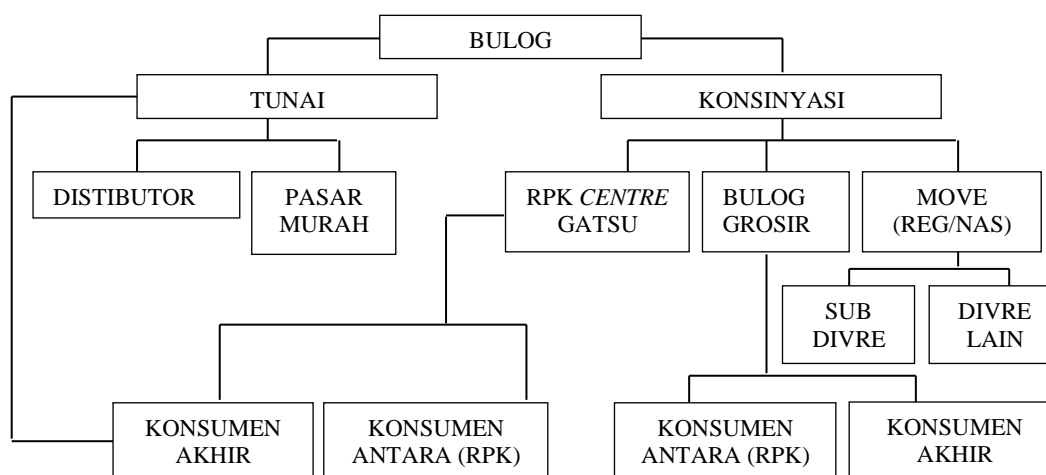
DKI Jakarta dan Banten dimulai sejak tahun 2016 dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2018.

Tabel 2 Hasil rekonsiliasi persediaan operasional komoditi daging kerbau tahun 2016-2018

Uraian	Tahun (ton)		
	2016	2017	2018
Persediaan awal	0	17 504	20 198
Pemasukan:	30 303	56 973	59 621
Pengadaan luar negeri	27 656	56 973	59 582
<i>Move regional in</i>	0	0	39
Persediaan yang dikuasai	30 303	74 477	79 205
Pengeluaran:	12 799	54 279	60 553
Penjualan tunai	10 148	53 449	57 425
Penjualan konsinyasi	0	383	700
<i>Move regional out</i>	0	0	39
<i>Move nasional out</i>	4	440	2 389
Pengalihan ke pusat distribusi	0	16	0
Persediaan akhir	17 504	20 198	18 652

Sumber: Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten (2018)

Pada tahun 2018, persediaan daging kerbau yang dimiliki Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten sebesar 79 205 ton sedangkan pengeluarannya hanya mencapai 60 553 ton (Tabel 2). Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil penjualan belum mampu menyerap seluruh persediaan yang dimiliki perusahaan. Selain itu, Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten melakukan kegiatan distribusi daging kerbau beku ke beberapa saluran penjualan yang dapat dilihat pada Gambar 1.

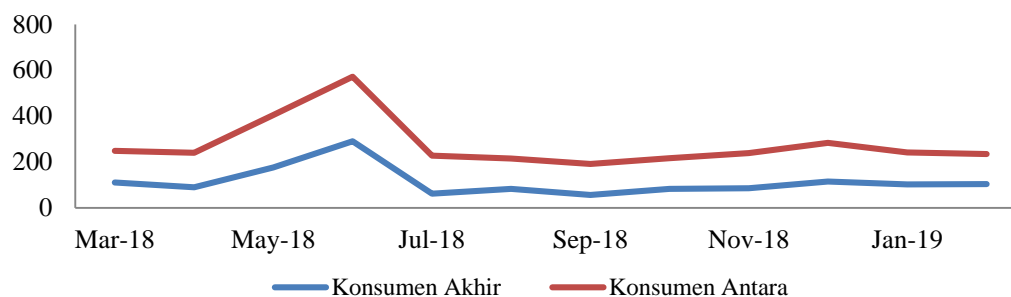


Gambar 1 Saluran distribusi daging kerbau Divre DKI Jakarta dan Banten

Sumber: Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten (diolah 2018)

Fokus penelitian ini yaitu menggunakan saluran distribusi pada Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten yang dilakukan oleh konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir merupakan setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga, atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial). Sedangkan konsumen antara merupakan setiap orang yang mendapatkan

barang dan atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersil) (Kristiyanti 2009). Pada Gambar 2 memperlihatkan jumlah konsumen akhir dan konsumen antara yang melakukan transaksi pembelian daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten satu tahun terakhir dari bulan Maret 2018 – Februari 2019.



Gambar 2 Jumlah konsumen daging kerbau beku

Sumber: Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten (diolah 2018)

Kurangnya informasi mengenai *product knowledge* daging kerbau membuat persepsi masyarakat kurang baik sehingga penjualan pada konsumen akhir kurang maksimal. Keputusan akhir pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya melalui persepsi konsumen. Persepsi konsumen merupakan hasil dari pengolahan informasi, yang merupakan pandangan awal terhadap suatu produk. Persepsi yang baik akan mengantarkan konsumen untuk mengonsumsi suatu produk (Sumarwan 2011).

Karakteristik daging kerbau dalam persepsi masyarakat dinilai kurang gurih jika dimasak, serta tekstur daging yang lebih keras dan berbau dibanding daging sapi (*Cattle Buffalo Club* 2018). Hal ini beralasan karena daging kerbau umumnya diperoleh dari ternak afkir dan tidak dipekerjakan lagi. Akan tetapi, menurut Chef Chandra Yudassawara, persepsi tersebut tidak tepat (Miftahudin 2016). Daging kerbau tidak memiliki aroma yang tajam apalagi saat diolah menggunakan rempah dan bumbu indoneisa. Sifat fisik daging seperti warna, keempukan, tekstur, kekenyalan, dan kebasahan sangat penting sehingga menjadi faktor acuan konsumen dalam pemilihan daging serta dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap daging kerbau.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk yang dihasilkan dapat diterima dengan baik sesuai harapan dengan melakukan upaya pemasaran yang tepat. Perumusan upaya pemasaran salah satunya dapat dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian melalui perilaku konsumen seperti karakteristik konsumen dan proses keputusan pembelian. Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat digunakan sebagai alternatif implementasi bauran pemasaran daging kerbau yang efektif untuk diterapkan pada Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Menurut Schiffman dan Kanuk (2018), bauran pemasaran merupakan komponen masukan dari model pengambilan keputusan konsumen. Bauran pemasaran yang dijalankan dengan tepat, diharapkan mampu membawa perusahaan pada posisi yang stabil sehingga mampu mendapat keuntungan dengan menangkap konsumen potensial serta mempertahankan konsumen yang sudah ada. Mengingat pentingnya identifikasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen serta implementasinya terhadap bauran pemasaran daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten menjadi hal yang

penting untuk diteliti. Tujuan pada penelitian ini untuk menganalisis karakteristik konsumen, proses keputusan pembelian, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta implementasi terhadap bauran pemasaran daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada konsumen akhir daging kerbau beku yang melakukan pembelian di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dan studi pustaka. Metode survei berupa wawancara dan pengisian kuesioner secara langsung oleh konsumen akhir daging kerbau beku yang melakukan pembelian di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Kuesioner ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik responden, proses keputusan pembelian, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian responden. Teknik pengumpulan melalui studi pustaka diperoleh dari hasil-hasil penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan literatur lain yang relevan.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori slovin (Sugiyono 2011) dengan jumlah populasi konsumen akhir pada satu tahun terakhir dari Maret 2018 - Februari 2019 sebanyak 1 356 orang sehingga responden pada penelitian ini sebanyak 93 orang dengan kriteria sudah pernah membeli daging kerbau beku pada Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten minimal satu kali. Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis faktor. Analisis faktor berfungsi untuk mereduksi faktor-faktor keputusan pembelian secara keseluruhan menjadi beberapa faktor baru yang memengaruhi keputusan pembelian. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dan Microsoft Excel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada konsumen akhir daging kerbau beku yang melakukan pembelian di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dan studi pustaka. Metode survei berupa wawancara dan pengisian kuesioner secara langsung oleh konsumen akhir daging kerbau beku yang melakukan pembelian di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. Kuesioner ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik responden, proses keputusan pembelian, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian responden. Teknik pengumpulan melalui studi pustaka diperoleh dari hasil-hasil penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan literatur lain yang relevan.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori slovin (Sugiyono 2011) dengan jumlah populasi konsumen akhir pada satu tahun terakhir dari Maret 2018 - Februari 2019 sebanyak 1 356 orang sehingga responden pada penelitian ini sebanyak 93 orang dengan kriteria sudah pernah membeli daging kerbau beku pada Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten minimal satu kali. Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis faktor. Analisis faktor berfungsi untuk mereduksi faktor-

faktor keputusan pembelian secara keseluruhan menjadi beberapa faktor baru yang memengaruhi keputusan pembelian. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dan Microsoft Excel.

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASINYA

Karakteristik konsumen daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten didominasi berdomisili di Jakarta, berjenis kelamin laki-laki, dengan rentang usia 22 – 26 tahun, berstatus sudah menikah, pendidikan terakhir sarjana (S1), dan status pekerjaan didominasi pegawai BUMN. Rata-rata pendapatan konsumen perbulan berkisar Rp4 000 000 – Rp8 000 000.

Proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen daging kerbau beku Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten terbagi menjadi lima tahap. Tahap pertama yaitu pengenalan kebutuhan, alasan utama melakukan pembelian didominasi karena harga yang terjangkau. Tahap kedua yaitu pencarian informasi, berupa sumber informasi pertama yaitu bersumber dari keluarga, teman, dan tetangga, serta waktu pencarian informasi mengenai produk kurang dari sama dengan satu hari. Tahap ketiga yaitu evaluasi alternatif, berupa atribut pertimbangan sebelum membeli produk yaitu harga produk, atribut produk yang menjadi fokus perhatian berdasarkan informasi didominasi jawaban harga produk, dan konsumen mencirikan produk daging kerbau yang bermutu dilihat dari kesegarannya. Tahap keempat yaitu keputusan pembelian, cara konsumen memperoleh keputusan pembelian produk yaitu sesuai dengan kebutuhan, yang paling memengaruhi dalam pembelian produk yaitu keluarga, teman, dan tetangga, jumlah rata-rata konsumsi produk dalam sebulan yaitu satu kali dengan hari kunjungan terbanyak pada hari kerja serta waktu pembelian produk pada siang hari. Tahap terakhir yang kelima yaitu perilaku pascapembelian. Konsumen mengaku puas setelah mengonsumsi produk daging kerbau, setuju berniat untuk melakukan pembelian ulang, konsumen setuju pula untuk merekomendasikan atau menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk daging kerbau, serta jika produk tidak tersedia maka konsumen tidak jadi membeli, dan jika produk mengalami kenaikan harga konsumen dominan tetap akan membeli.

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen daging kerbau di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten terdiri dari delapan faktor yaitu kualitas produk, akses produk, pengaruh lingkungan, persepsi konsumen, budaya dan demografi konsumen, promosi, informasi produk, dan kebutuhan mengonsumsi produk. Faktor paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian daging kerbau beku di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten yaitu kualitas produk.

Implementasi bauran pemasaran yang dapat dijadikan sebagai bahan rekomendasi bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yaitu: Produk daging kerbau yang disediakan Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten perlu dipertahankan kualitasnya, memberikan *product knowledge* pada kemasan, serta sosialisasi mengenai produk olahan daging untuk menciptakan kesan baik bagi konsumen.; Harga yang ditetapkan cukup terjangkau bagi kalangan masyarakat untuk mengonsumsi daging; Perusahaan menyediakan outlet yang mudah dijangkau oleh konsumen, perlu penyediaan fasilitas pembayaran menggunakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) serta mesin kasir untuk memudahkan transaksi baik dari segi pelanggan maupun penjual; Promo dalam bentuk harga produk yang lebih rendah dari harga pasar cukup efektif untuk menarik minat pelanggan, akan tetapi promosi melalui

workshop dan bazar juga perlu dilakukan dengan datang langsung ke masyarakat agar semakin mengenal produk yang ditawarkan.

Bagi pihak pemegang kebijakan yaitu pemerintah, peternakan sebagai salah satu sektor yang sangat berpengaruh terhadap pembangunan nasional, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah untuk menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif. Salah satunya yaitu melalui peningkatan pelayanan perijinan dan peminjaman modal dari perbankan kepada masyarakat yang lebih mudah, cepat, dan transparan. Hal ini dapat dicapai melalui peningkatan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga perbankan untuk memperoleh layanan yang baik bagi masyarakat. Sehingga diharapkan masyarakat mampu berperan aktif dan berdaya saing dalam usaha di bidang peternakan.

Bagi Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten, sebaiknya perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk daging kerbau yang rendah lemak secara berkelanjutan karena sesuai hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk daging kerbau merupakan hal yang paling memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Selain itu, perusahaan juga perlu memerhatikan mengenai *product knowledge* yang diterima oleh konsumen salah satunya bisa melalui kemasan dan sosialisasi langsung kepada masyarakat.

Kekurangan dari penelitian ini yaitu hanya menghasilkan apa saja faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tanpa melihat pengaruh faktor terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu bagi penelitian selanjutnya, perlu adanya analisis lebih lanjut mengenai pengaruh faktor terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen daging kerbau di Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni R. 2019. Keran Impor Daging Kerbau 100 Ribu Ton akan Dibuka [internet]. Jakarta (ID): Sindonews.com. Tersedia pada: <https://ekbis.sindonews.com>.
- Cattle Buffalo Club*. 2018. Daging Kerbau Beku Datang untuk rakyat? Atau untuk siapa? [internet]. Bandung (ID): Fakultas Peternakan Universitas Padjajaran. Tersedia pada: <http://cattlebuffaloclub.peternakan.unpad.ac.id>.
- Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan. 2018. *Partisipasi Konsumsi Penduduk Indonesia Menurut Jenis Makanan Tahun 2013-2017*. Jakarta (ID): Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- [DITJENNAK] Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2018. Arah Pembangunan Peternakan menuju Swasembada Protein Hewani [internet]. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian Republik Indonesia [diunduh 2019 Februari 20]. Tersedia pada: <http://ditjennak.pertanian.go.id>.
- \_\_\_\_\_. 2018. Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2017. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Iskandar D, Nurmalina R, Riani E. 2015. The Effect of Service, Product Quality, and Perceived Value on Customer Purchase Intention and Satisfaction. *Indonesia Journal of Business and Entrepreneurship*. 1(2):51-62.doi:10.17358/IJBE.1.2.51.
- Kotler P, Amstrong G. 2017. *Marketing An Introduction*. Ed ke-13. Inggris (EN): Pearson Education.
- Kristiyanti CTS. 2009. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta (ID): Sinar Grafika.

- Miftahudin H. 2016. Tips Memasak Daging Kerbau ala Chef Chandra [internet]. Jakarta (ID): Medcom.id. Tersedia pada: <https://www.medcom.id>.
- Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten. 2018. Hasil Rekonsiliasi Persediaan Operasional Komoditi Daging Kerbau Tahun 2016-2018. Jakarta (ID): Divisi Administrasi dan Keuangan Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten.
- \_\_\_\_\_ 2019. Saluran distribusi daging kerbau Divre DKI Jakarta dan Banten. Jakarta (ID): Divisi Komersial Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten.
- \_\_\_\_\_ 2018. Jumlah pengunjung pembelian daging kerbau Divre DKI Jakarta dan Banten. Jakarta (ID): Divisi Komersial Perum BULOG Divre DKI Jakarta dan Banten.
- Schiffman LG, Kanuk LL. 2018. *Perilaku Konsumen* [Edisi ke-7 Terjemahan].
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung (ID): Afabeta.
- Sumarwan U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Ed ke-2*. Risman S, editor. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Tirta I. 2017. Peneliti IPB: Tingkat Konsumsi Daging Nasional Masih Rendah [internet]. Bogor (ID): Republika.co.id [diunduh 2019 Maret 3]. Tersedia pada: <https://www.republika.co.id>.