

**PENGUKURAN ATRIBUT PRODUK TERNAK SAPI PADA
PEMBELIAN SAPI SI METAL (SURVEI PADA PETERNAK
DI WILAYAH JOHO)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

REZA DWI PRASETYO

B 100 180 321

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGUKURAN ATRIBUT PRODUK TERNAK SAPI PADA PEMBELIAN
SAPI SI METAL (SURVEI PADA PETERNAK DI WILAYAH JOHO)**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

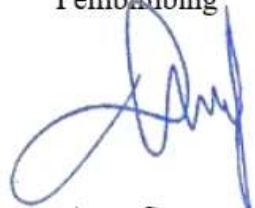
REZA DWI PRASETYO

B100180321

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.

NIK/NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGUKURAN ATRIBUT PRODUK TERNAK SAPI PADA PEMBELIAN
SAPI SI METAL (SURVEI PADA PETERNAK DI WILAYAH JOHO)**

OLEH

**REZA DWI PRASETYO
B100180321**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 10 November 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si ()
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imron, S.E., M.Si ()
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA ()
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,

**Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 November 2022

Penulis



REZA DWI PRASETYO
B100180321

PENGUKURAN ATRIBUT PRODUK TERNAK SAPI PADA PEMBELIAN SAPI SI METAL (SURVEI PADA PETERNAK DI WILAYAH JOHO)

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal dan analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara langsung terhadap responden yang berada di wilayah Joho dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian dan analisis terhadap permasalahan yang dikaji dapat disimpulkan bahwa atribut produk sapi si metal yang menjadi preferensi peternak dan konsumen di wilayah Joho diantaranya umur sapi, jenis kelamin pada sapi, kesehatan sapi dan kondisi fisik sapi yang terlihat sehat, bersih dan fresh. Atribut produk pada sapi yang paling dipertimbangkan oleh peternak ialah kesehatan dan kondisi fisik sapi. Apapun jenis kelamin sapi dan berapapun umurnya asalkan dalam keadaan sehat dan kondisi fisiknya memumpuni untuk ditenak maka akan lebih menarik minat peternak untuk membelinya. Sedangkan konsumen mempertimbangkan semua atribut produk yang terdapat pada sapi sebelum memutuskan pembeliannya.

Kata Kunci : atribut, peternak, produk, sapi.

Abstract

The purpose of this study is to explain the measurement of attributes of cattle products on the purchase of metal cattle and the analysis of determining product attributes that affect consumer attitudes in purchasing metal cattle. The method used in this research is a case study method using qualitative descriptive analysis. Data were collected using direct interview techniques to respondents in the Joho area using a questionnaire. The results of research and analysis of the problems studied can be concluded that the attributes of metal cattle products that are the preferences of farmers and consumers in the Joho area include the age of the cow, the sex of the cow, the health of the cow and the physical condition of the cow that looks healthy, clean and fresh. The product attribute in cattle that is most considered by farmers is the health and physical condition of the cow. Whatever the sex of the cow and whatever its age as long as it is in good health and its physical condition is capable of being bred, it will be more attractive to breeders to buy it. While consumers consider all product attributes contained in cows before deciding to buy.

Keywords : attributes, farmers, products, cows.

1. PENDAHULUAN

Usaha peternakan memegang peranan penting dalam aspek kehidupan masyarakat, baik masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan maupun masyarakat yang tinggal

di daerah perkotaan, tidak terkecuali di Indonesia. Negara Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang terus menerus mengalami peningkatan, maka dari adanya peningkatan jumlah penduduk haruslah diimbangi dengan peningkatan ketahanan produk pangan, salah satunya adalah hasil peternakan. Indonesia sebagai negara kepulauan menyimpan kekayaan yang beranekaragam, salah satunya adalah keanekaragaman hayati sebagai sumber daya genetik yang meliputi tumbuhan dan hewan, termasuk didalamnya ternak sapi yang tersebar di berbagai wilayah.

Para peternak di desa pun saat ini tidak ketinggalan jaman dengan mengembangkan berbagai jenis sapi. Mayoritas peternak desa saat ini beternak sapi jenis si metal. Jenis sapi si metal merupakan salah satu jenis yang banyak di cari konsumen. Maka tak heran saat ini banyak para peternak yang beternak sapi tersebut. Mengingat mayoritas warga dipedesaan beternak hewan karena pekerjaan tersebut tergolong hal utama sebagai salah satu mata pencaharian warga desa. Selain itu ternak sapi merupakan sarana investasi bagi para penduduk (Sirat dkk., 2022). Banyaknya peternak sapi di suatu desa tentunya memperketat persaingan yang ada, maka dari itu untuk memikat konsumen agar memutuskan pembeliannya pada ternak perlu adanya strategi yang dilakukan seperti meningkatkan kualitas atribut produk pada sapi dan meningkatkan kebersihan kandang serta kenyamanannya.

Konsumen sebelum memutuskan pembeliannya pada hewan ternak sapi maka konsumen cenderung akan melihat bagaimana atribut dan produk yang dimiliki oleh sapi tersebut, atributnya seperti umur, jenis kelamin, kesehatan dan kondisi fisik sapi. Menurut (Firmansyah, 2019) Atribut produk adalah unsur yang membedakan antara produk yang satu dengan yang lain. Perbedaan pada suatu produk akan dapat memberikan nilai manfaat, nilai tambah, dan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal tersebut mendorong sapi sebagai hewan ternak yang menjadi salah satu kunci utama keputusan pembelian pada konsumen. Hal tersebut berdasar atas, suatu produk akan berusaha didapatkan oleh konsumen apabila produk tersebut memiliki mutu dan nilai jual sehingga konsumen telah memutuskan untuk membelinya. Dengan ini

apabila manfaat yang dirasakan konsumen lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya apabila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya, maka pembeli akan menolak untuk membelinya dan akan beralih ke produk lain yang sejenis.

Perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan, seperti rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan yang kemudian diproses didalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian (Iswara dan Jatra, 2017). Sebelum memutuskan untuk membeli hewan ternak sapi konsumen cenderung memiliki berbagai kriteria. Adanya kriteria tersebut maka akan meningkatkan perencanaan strategi bagi para peternak. Para peternak akan lebih berusaha dalam mendapatkan konsumen melalui strategi pemasaran, karena adanya strategi tersebut mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan, seperti rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan yang kemudian diproses didalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian (Iswara & Jatra, 2017).

Sapi merupakan salah satu hewan yang menjadi alasan besar bagi peternak untuk mendapatkannya. Hal tersebut dikarenakan hewan sapi merupakan salah satu hewan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena memiliki segudang manfaat dengan berbagai jenis dan kualitasnya sehingga menjadi penentu bagaimana sikap peternak dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Terutama adalah jenis sapi si Metal yang merupakan pemimpin pasar diberbagai wilayah yang kini dipercaya sebagai usaha peternakan yang mumpuni. Dalam usaha ternak sapi si Metal tersebut tidak tercatat rugi bisnis. Walau dalam usaha peternakan yang menghadapi ancaman yang sama dari berbagai jenis sapi seperti sapi lemosin. Oleh karena keunggulan yang dimiliki sapi si Metal merupakan nilai positif untuk menjalar ke berbagai wilayah untuk memutuskan ternak sapi si Metal.

Untuk merebut hati peternak dari sapi lain dan menjaga kesetiaan pelanggan, penjual sapi si Metal perlu memahami bahwa atribut produk memegang peranan

yang sangat vital, karena atribut produk merupakan salah satu faktor yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur produk, dan desain produk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk itu sendiri. Menurut Firmansyah A (2019) Atribut produk adalah unsur yang membedakan antara produk yang satu dengan yang lain. Perbedaan pada suatu produk akan dapat memberikan nilai manfaat, nilai tambah, dan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Maka, atribut produk adalah unsur – unsur dari sebuah produk yang di pandang penting oleh konsumen, dan mencerminkan pengembangan suatu produk untuk dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Pemilihan sapi haruslah selektif karena setiap pembeli menginginkan produk sapi yang unggul sebab mayoritas pembeli tidaklah mau mengalami kerugian. Pemilihan sapi didasarkan pada umur, jenis kelamin, kesehatan sapi dan kondisi fisik sapi. Keputusan pembelian konsumen adalah faktor terpenting dalam penentu sikap konsumen terhadap suatu produsen. Produsen dikatakan berhasil atau dapat berlangsung jika rangsangan sikap konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk mendapatkan respon yang positif dari konsumen. Konsumen akan membentuk suatu preferensi dan juga akan membentuk niat untuk membeli produk yang paling diminati yang berujung pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini pada akhirnya keputusan pembelian atas respon sikap konsumen positif akan melakukan pembelian terhadap sapi si Metal untuk usaha ternaknya.

Dari uraian diatas, penulis mencoba menganalisa apakah atribut produk mempengaruhi sikap konsumen pada keputusan pembelian sapi si Metal, dengan analisa tersebut penulis memberi judul skripsi ini “Pengukuran Atribut Produk Ternak Sapi Pada Pembelian Sapi Si Metal (Survei Pada Peternak Di Wilayah Joho)”.

2. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang datanya diperoleh

dengan menggunakan metode survey. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara langsung terhadap responden yang berada di lokasi peternakan dan dengan penyebaran kuisioner.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut produk sapi yang menjadi preferensi konsumen dalam memutuskan pembeliannya dan menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pemilihan sapi oleh peternak di Desa Joho Pracimantoro. Data pada penelitian diperoleh dari pemberian kuestioner kepada 100 responden yang diisi sesuai keadaan yang sebenarnya serta hasil wawancara dengan 10 orang peternak besar dan 10 orang peternak kecil. Penelitian ini dilakukan di desa Joho pada bulan Desember 2021 hingga April 2022. Dalam melakukan analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif

Tabel 1. Spesifikasi Data

Variabel Penelitian	Indikator	Jumlah Soal	Nomor Soal
Umur (X ₁)	1) Umur sebagai penentu pada saat peternak memilih sapi 2) Umur acuan pemilihan sapi kisaran 0,8-1 tahun. 3) Umur yang rentang kematian sapi pada proses pertumbuhan.	3	1) 2) 3)
Jenis Kelamin (X ₂)	1) Jenis kelamin sebagai penentu pemilihan sapi. 2) Jenis kelamin yang paling banyak di minati peternak. 3) Jenis kelamin jantan dipilih karena sapi lebih cepat gemuk, perawatan lebih mudah dan memiliki harga jual lebih tinggi. 4) Jenis kelamin betina banyak diminati peternak sapi karena sapi betina beranak sehingga peternak dapat memperoleh keuntungan lebih banyak berupa anak sapi tersebut.	4	1) 2) 3) 4)
Kesehatan (X ₃)	1) Kesehatan sapi penentu peternak memilih sapi. 2) Peternak lebih memilih sapi yang terlihat gesit dan lincah pada gerakan-gerakan sapi. 3) Sapi yang banyak makan merupakan ciri	3	1) 2) 3)

	sapi sehat dan banyak dipilih peternak.		
Kondisi Fisik (X ₄)	1) Kondisi fisik mempengaruhi sebagai penentu peternak sapi dalam membeli sapi. 2) Kondisi fisik merupakan salah satu bagian yang terlihat dari sapi bahwa sapi tersebut berkualitas 3) Selain melihat bagian sapi, peternak juga akan mengukur dan memegang sapi dari depan belakang samping guna memberikan gambaran sapi tersebut nantinya akan tumbuh baik.	3	1) 2) 3)
Pembelian	Peternak membeli sapi berdasarkan atribut produk sapi atau membeli sapi tanpa melihat atribut produk.	2	1) 2)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengukuran Atribut Produk Ternak Sapi Pada Peternak Sapi Si Metal Di Wilayah Joho

3.1.1 Atribut Jenis Kelamin Sapi

Tabel 2. Data Jumlah dan Jenis Kelamin Sapi Si Metal

Jenis Sapi Si Metal	Jumlah
Sapi Jantan	68
Sapi Betina	85
Pedet (Anak Sapi)	32
Jumlah	100

Berdasarkan data pada tabel 2 dapat diketahui bahwa terdapat 85 ekor sapi jantan, 68 ekor sapi betina dan 32 ekor pedet (anak sapi). Jenis sapi jantan mendominasi di antara jenis sapi lainnya mengingat usaha jual beli sapi ini lebih terfokus pada banyaknya jumlah perkembangbiakan sapi sehingga semakin besar jumlah sapi maka semakin besar pula sapi yang memiliki potensi untuk diperjualbelikan. Mayoritas konsumen mencari sapi dengan tubuh sehat dan besar yang dimiliki oleh sapi jantan.

3.1.2 Atribut Umur Sapi

Umur sapi merupakan lama waktu atau sejak sapi itu dilahirkan sampai saat ini. Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 responden peternak sapi besar maupun peternak kecil menyatakan jika mayoritas peternak memilih sapi dengan umur

acuan 8 bulan-1 tahun untuk kemudian di ternak. Pada umur segitulah sapi rentang mengalami kematian dan proses pertumbuhannya akan lebih baik.

3.1.3 Atribut Kesehatan Sapi

Kesehatan merupakan kondisi hewan ternak sapi apakah dalam keadaan sehat atau tidak Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 responden peternak sapi besar maupun peternak kecil menyatakan jika mayoritas peternak setuju apabila kesehatan sapi lah yang menjadi salah satu acuan peternak dalam memilih sapi. Kesehatan sapi dapat dilihat dari gesit atau lincahnya pergerakan sapi, selain itu sapi yang banyak makan merupakan ciri-ciri sapi yang sehat dan banyak dipilih oleh peternak.

3.1.4 Atribut Kondisi Fisik Sapi

Kondisi fisik sapi merupakan keadaan fisik sapi apakah terdapat cacat atau luka dalam tubuhnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 responden peternak sapi besar maupun peternak kecil menyatakan jika mayoritas peternak setuju apabila kondisi fisik mempengaruhi peternak dalam membeli sapi. Sebelum memilih sapi peternak cenderung melihat kondisi fisik sapi mulai dari kaki, badan hingga kepala apakah terdapat cacat atau tidak dan apakah tubuh sapinya berkualitas. Selain itu peternak umumnya akan memeriksa sapi dengan mengukur dan memegang sapi dari depan, belakang hingga samping untuk memberikan gambaran apakah nantinya sapi akan bertumbuh kembang dengan baik.

3.2 Analisis Penentuan Atribut Produk Sapi Si Metal Pada Keputusan Pembelian Konsumen

3.2.1 Atribut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para responden yaitu konsumen Sapi Si Metal diperoleh hasil dari tiga item pertanyaan terkait jenis kelamin sapi. Hasil kuesioner menyatakan bahwa jenis kelamin merupakan atribut produk pada hewan ternak yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan pembeliannya. Mayoritas responden menyatakan jika lebih memilih Sapi Si Metal yang berjenis kelamin jantan. Hal tersebut karena sapi jantan lebih gesit, cepat gemuk apabila dipelihara dan perawatannya yang cenderung mudah.

3.2.2 Atribut Umur

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para responden yaitu konsumen Sapi Si Metal diperoleh hasil dari tiga item pertanyaan terkait umur sapi. Hasil kuesioner menyatakan bahwa umur merupakan salah satu penentu sebelum konsumen melakukan pembeliannya pada hewan ternak sapi. Pada kisaran umur lebih dari satu tahun lah mayoritas konsumen membeli sapi, pada umur lebih dari satu tahun sapi rentang mengalami kematian.

3.2.3 Atribut Kesehatan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para responden yaitu konsumen Sapi Si Metal diperoleh hasil dari tiga item pertanyaan terkait kesehatan sapi. Hasil kuesioner menyatakan bahwa kesehatan pada sapi berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih sapi dengan keadaan sehat seperti gesit, lincah, banyak makan dan segar. Dengan keadaan sapi yang gesit dan lincahlah sapi dapat dikategorikan sehat.

3.2.4 Atribut Kondisi Fisik

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para responden yaitu konsumen Sapi Si Metal diperoleh hasil dari tiga item pertanyaan terkait kondisi fisik sapi. Hasil kuesioner menyatakan bahwa kondisi fisik pada sapi menjadi salah satu penentu keputusan pembelian yang akan dilakuakn oleh konsumen. Pada umumnya konsumenakan melihat kondisi fisik yang dapat terslihat pada tubuh sapi seperti pada kaki, badan hingga kepala tidak memiliki luka maupun terdapat cacat. Selain itu, konsumen juga akan mengukur sapi menggunakan tangan mereka mulai dari bagian belakang, depan hingga samping, pengukuran langung tersebut dapat memberikan gambaran kepada konsumen sejauh mana saoi dapat berkembang dan tumbuh.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pengukuran Atribut Produk Ternak Sapi Pada Peternak Sapi Si Metal Di Wilayah Joho. Dari 20 peternak yang berada di Wilayah Joho, Pracimantoro menyatakan jika atribut produk sapi seperti jenis kelamin, umur, kesehatan dan

kondisi fisik pada sapi Si Metal menjadi penentu minat peternak dalam membeli atau memilih sapi. Dari 4 atribut produk tersebut peternak menyatakan yang paling dominan mempengaruhi minat peternak dalam memilih sapi ialah kesehatan dan kondisi fisik sapi.

- b. Analisis Penentuan Atribut Produk Sapi Si Metal Pada Keputusan Pembelian Konsumen. Berdasarkan data konsumen Sapi Si Metal di wilayah Joho, Pracimantoro, mayoritas responden menyatakan jika atribut produk pada sapi memberikan pengaruh besar terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Atribut produk pada sapi yang dipertimbangkan ialah jenis kelamin, umur, kesehatan dan kondisi fisik sapi. Semua atribut produk tersebut menjadi penentu keputusan pembelian pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Affif, Faisal. (2010). Membangun Solidaritas manusia Indonesia di Tengah Arus Pasar Global. Bandung : Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danang, Sunyoto. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru
- Nuraini, D. M et.al. (2020). Peningkatan Kapasitas Tata Laksana Kesehatan Ternak Sapi Potong di Pelemrejo, Andong, Boyolali. Jurnal Pemberdayaan dan Pelayanan Masyarakat Vol 4(2), 2020
- Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media
- Haloho, et.al. (2013). Analisis Profitabilitas pada Usaha Peternakan Sapi Perah di Kabupaten Semarang. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 13 No. 1, April 2013
- Hartono. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Binus Business Review Vol. 3 No. 2 November 2012
- I Gede Agus Dana Iswara dan I Made Jatra. (2017) Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar). Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol. 6 No.8, 2017

- Juliandi D. A., Azuar (2019). Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmu Aqli
- Kotler dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 17. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lestariningsih, et.al. (2018). Analisis Pengaruh Agrowisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Krisan Di Kecamatan Bandung Kabupaten Semarang. Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Vol. 2, No. 1, 2018
- Nanda Surya Novianto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Brand Switching Pada Pakan Ayam Petelur Charoen Pokhpan 124P ke KLKS 36 SPR Japfa Comfeed (Studi Pada Pelanggan UD. Surya Farm dan PT. Sumber Kelapa Rissa Mandiri di Magetan). Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1
- Nurlaila S. et.al. (2019). Status Reproduksi Dan Potensi Sapi Sonok Di Kabupaten Pamekasan. Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu Vol. 6(3), November 2018 Dinas Pangan, Pertanian dan Perikanan, <https://pertanian.pontianakkota.go.id/artikel/64-cara-memilih-sapi-potong-yang-baik.html>, 2019
- Rossanty, Y., Dharma Tuah Putra Nasution, M., & Ario, F. (2018). *Consumer Behavior in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2014). Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Edisi ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta : Andi Offset