

COMMUNITIES INTEREST TO BUY BEEF IN BERINGHARJO MARKET YOGYAKARTA CITY

**Arungi Like Andharesta
Dr. Susanawati, M.P / Dr. Ir. Widodo, M.P
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

ABSTRACT

This study aims to determine the interest of the community to buy beef in Beringharjo Market and the factors that are related to people's buying interest in the beef. The location of the study was determined by purposive sampling. Determination of sampling using census technique where the sampling location close to Beringharjo Market is Ngupasan Village RT 40 with a total of 34 respondents, near the Sultan Agung Superindo namely Wirogunan Village RT. 24 with 36 respondents and far from Sultan Agung's Beringharjo Market and Superindo namely Patangpuluhan Village RT. 02 with a total of 24 respondents. The data used in this study are primary data and secondary data. The public interest in buying beef at Beringharjo Market was analyzed using the theory of reasoned action raised by Fishbein and Ajzein. Spearman rank correlation is used to find out the faktor - factors related to people's interest in buying beef at Beringharjo Market. The results showed that the public interest in buying beef at Beringharjo Market at the research location close to Beringharjo market was classified as moderate, while the people close to Sultan Agung Superindo and far from the Sultan Agung Beringharjo and Superindo markets were relatively low. Age and number of family members have a weak relationship with the interest of the community to buy beef at Beringharjo Market. Income, education, and employment have a very weak relationship with the interest of the community's interest in buying beef at Beringharjo Market in Beringharjo Market.

Keywords: Attitudes, Subjective Norms, Buying Interest, Beef.

MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBELI DAGING SAPI DI PASAR BERINGHARJO KOTA YOGYAKARTA

**Arungi Like Andharesta
Dr. Susanawati, M.P / Dr. Ir. Widodo, M.P
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo dan faktor – faktor yang berhubungan dengan minat beli Masyarakat terhadap daging sapi tersebut. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive sampling*. Penentuan sampling dengan menggunakan teknik sensus dimana lokasi sampling yang dekat dengan Pasar Beringharjo adalah Kelurahan Ngupasan RT 40 dengan jumlah responden sebanyak 34 responden, dekat Superindo Sultan Agung yaitu Kelurahan Wirogunan RT. 24 dengan jumlah responden sebanyak 36 responden dan Jauh dari Pasar Beringharjo dan Superindo Sultan Agung yaitu Kelurahan Patangpuluhan RT. 02 dengan jumlah responden sebanyak 24 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Minat masyarakat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo dianalisis menggunakan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzein. Korelasi rank spearman digunakan untuk mengetahui faktor – faktor yang berhubungan dengan minat masyarakat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo pada lokasi penelitian yang dekat dengan pasar Beringharjo tergolong sedang, sedangkan masyarakat yang dekat Superindo Sultan Agung dan pada jauh dari pasar Beringharjo dan Superindo Sultan Agung tergolong rendah. Umur dan jumlah anggota keluarga memiliki hubungan yang lemah dengan minat masyarakat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo. Pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan memiliki hubungan yang sangat lemah dengan minat masyarakat minat untuk membeli daging sapi di Pasar Beringharjo di Pasar Beringharjo.

Kata kunci: Sikap, Norma Subyektif, Minat beli, Daging Sapi,