

Analisis Keputusan Pembelian Ayam KUB dalam Memenuhi Kebutuhan Upacara Adat dan Agama di Provinsi Bali

Analysis of KUB Chicken Buyer Decision in Fulfilling Traditional and Religious Ceremonies Need in Bali Province

B. R. T. Putri^{1*}, J. Hellyward², N. W. Siti¹, I. N. Ardika¹, A. Rastosari², I. M. Londra³, N. M. A. K. Dewi¹, dan N. M. P. Setyani¹

¹Fakultas Peternakan, Universitas Udayana, Bali - Indonesia

²Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Padang - Indonesia

³Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Provinsi Bali, Bali - Indonesia

*Corresponding E-mail: tanamaputri@unud.ac.id

(Diterima: 20 Desember 2021; Disetujui: 7 Februari 2022)

ABSTRAK

Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) dimanfaatkan sebagai sumber protein dan sebagai bahan upacara adat dan keagamaan di Provinsi Bali. Penelitian bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian ayam KUB dalam memenuhi kebutuhan upacara adat dan agama di Provinsi Bali. Responden penelitian berjumlah 179, terdiri dari 89 konsumen rumah tangga serta 90 pedagang *caru* dan *banten* yang ditentukan dengan metode *multi stage sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ayam dengan jumlah permintaan konsumen rumah tangga tertinggi adalah ayam *brumbun* (76,40%), putih (10,11%), hitam (8,99%), *biing* (1,12), dan warna lainnya (1,12%). Keputusan pembelian sebagian besar ditentukan berdasarkan spesifikasi warna (65,17%) dan jenis ayam (33,71%). Sedangkan lokasi, harga, dan pelayanan tidak menjadi pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Tingginya permintaan ayam KUB warna *brumbun* berdampak pada kelangkaan dan sulitnya pedagang memenuhi permintaan dengan nilai lebih dari 45%. Kesimpulannya, usaha peternakan ayam KUB dengan spesifikasi warna berpotensi untuk dikembangkan karena permintaan ayam KUB akan tetap ada untuk memenuhi kebutuhan upacara adat dan agama di Provinsi Bali. Perlu adanya upaya untuk menumbuhkan minat usaha peternak memelihara ayam KUB berdasarkan spesifikasi warna untuk mengatasi kelangkaan ayam KUB khususnya di Provinsi Bali.

Kata kunci: ayam KUB, keputusan pembelian, upacara adat dan agama di Provinsi Bali

ABSTRACT

Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) chicken is a source of protein and is used in various religious activities. The purpose of the study was to analyze buyer decisions of the KUB chicken for fulfilling traditional and religious ceremonies' needs. Respondents in this research amounted to 179 consisting of 89 household consumers, 90 caru and Banten traders who were determined by the multi-stage sampling method. Data was collected through a survey using questionnaires and analyzed using descriptive qualitative. The results showed that the highest demand for chicken by household consumers was brumbun (76.40%), white (10.11%), black (8.99%), biing (1.12%), and others (1.12 %). Purchase decisions are determined based on the consideration of color specifications (65.17%) and types of chickens (33.71%). Meanwhile, location, price, and service are not the main considerations. The high demand for brumbun impacts its scarcity and difficulty for traders to meet demand (45%). In conclusion, the KUB chicken enterprise based on color variety is a high potential to develop cause the demand for KUB chicken always be. The effort to increase KUB chicken business interest based on color specification to tide over the scarcity of KUB chicken, especially in Bali Province.

Keywords: KUB chicken, buying decision, traditional and religious ceremony in Bali Province

PENDAHULUAN

Pertumbuhan populasi dan ekonomi secara simultan berdampak pada permintaan pangan sumber protein asal hewan (Putri *et al.*, 2019). Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) merupakan galur ayam kampung hasil penelitian Balitbantan Ciawi Bogor (Bakrie *et al.*, 2021; Iskandar dan Sinurat, 2018) yang dilepas sebagai salah satu galur unggul nasional berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 274/Kpts/SR.120/2/2014 (Kepmentan 2014; Rubianti *et al.*, 2021). Ciri-ciri dari ayam ini ditandai dengan warna bulu, paruh, dan jengger yang beragam seperti ayam kampung pada umumnya. Keunggulan dari ayam KUB adalah produktivitas telur dan harga jual lebih tinggi (Iskandar dan Sinurat, 2018; Kepmentan, 2014) serta pertumbuhan yang relatif lebih cepat dibandingkan ayam lokal (Iskandar dan Sinurat, 2018; Kepmentan 2014; Rubianti *et al.*, 2021) serta adaptif terhadap perubahan pakan (Kepmentan 2014). Tujuan pemeliharaan ayam KUB oleh masyarakat selain untuk memenuhi kebutuhan daging dan telur (Bakrie *et al.*, 2021; Puteri *et al.*, 2020) juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan upacara agama khususnya di Provinsi Bali (Alders *et al.*, 2021; Riwun *et al.*, 2019).

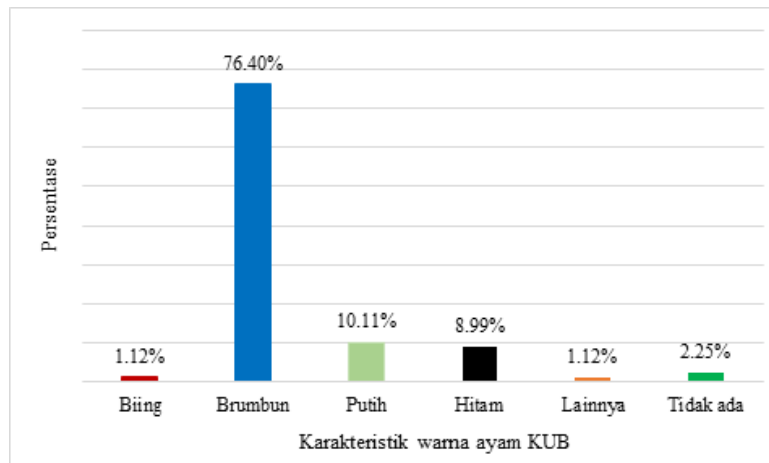
Ayam KUB adalah salah satu contoh hewan kurban yang umumnya digunakan pada upacara adat dan agama Hindu di Provinsi Bali. Ayam yang digunakan memiliki beragam warna menyesuaikan dengan jenis ritual yang dilakukan (Yamayanti, 2020). Contohnya pada acara *penglukatan*, sarana upacara seperti *banten* harus dilengkapi dengan ayam *biing* atau berbulu merah (Suryani *et al.*, 2020), ayam dengan bulu warna putih pada upacara *Tebasan Penawa Sangga* (Yanti *et al.*, 2019), ayam dengan warna bulu putih, kuning, *biing*, hitam, dan *brumbun* untuk upacara *mecaru* (Kantriani, 2021), dan berbagai upacara adat dan keagamaan lainnya. Tingginya permintaan terhadap ayam KUB dengan

berbagai jenis ritual adat dan keagamaan yang ada, mengimplikasi kelangkaan dan harga jual yang tinggi (Bakrie *et al.*, 2021).

Kajian mengenai faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian Ayam KUB belum pernah dilakukan. Umumnya, pertimbangan utama konsumen di dalam melakukan pembelian produk adalah berdasarkan harga, pelayanan, dan lokasi (Kim *et al.*, 2022; Narayanan *et al.*, 2022; Rachmawati *et al.*, 2019). Meskipun demikian, pada situasi dimana ayam KUB yang dimanfaatkan hanya berdasarkan spesifikasi warna bulu yang dimiliki, penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memutuskan untuk melakukan pembelian penting untuk dilakukan. Hal ini berdasarkan fakta bahwa ayam KUB sebagai salah satu bahan utama dalam upacara memiliki tingkat permintaan yang tinggi dan akan tetap dibutuhkan selama upacara adat dan agama di Provinsi Bali tetap berlangsung.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Oktober 2021 di delapan kabupaten dan satu kota madya di Provinsi Bali. Total responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sejumlah 179 responden yang melibatkan 89 konsumen rumah tangga serta 90 pedagang *caru* dan *banten*. Pedagang *caru* adalah seseorang yang menjual hewan kurban seperti ayam untuk digunakan sebagai persembahan dalam upacara adat dan agama, sedangkan pedagang *banten* adalah seseorang yang menjual sarana upacara sebagai pelengkap pelaksanaan upacara tersebut. *Caru* dan *banten* didefinisikan sebagai upacara atau persembahan dalam Agama Hindu sebagai simbolis rasa terima kasih kepada Tuhan, sesama manusia, leluhur, dan lainnya dalam upacara adat dan keagamaan atau yang disebut dengan *yadnya* (Acri dan Stephen, 2018;



Gambar 1. Ayam KUB yang paling banyak digunakan konsumen rumah tangga

Sudana *et al.*, 2020; Suryathi *et al.*, 2018).

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan *multi-stage sampling method*. Tahap I, responden konsumen dipilih menggunakan metode *stratified sampling* menjadi tiga strata, yaitu konsumen industri, konsumen pedagang, dan konsumen rumah tangga yang berasal dari seluruh kabupaten/kota madya; dan 2) dari masing-masing strata responden dipilih dengan metode *quota random sampling* sebanyak 10 responden dari masing-masing daerah. *Quota random sampling* adalah penentuan responden dengan jumlah tertentu dengan tujuan untuk memastikan bahwa kelompok tertentu terwakili secara memadai dalam penelitian melalui penetapan kuota (Sekaran dan Bougie, 2016).

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif yang berasal dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan alat bantu kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelusuran literatur yang sesuai dengan topik penelitian yang diangkat (Putri *et al.*, 2019). Data dan pengukuran keputusan pembelian ayam KUB oleh konsumen didasarkan pada skala likert yaitu skala penilaian yang dijumlahkan dengan menggunakan skala poin 5. Jawaban pertanyaan sangat setuju memperoleh skor 5 dan sangat tidak setuju

memiliki skor 1 (Cooper dan Schindler, 2014).

Variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah jenis ayam KUB yang paling banyak digunakan dalam upacara adat dan agama; jenis ayam KUB yang dibutuhkan oleh konsumen berdasarkan tingkat kesulitan; perbandingan harga beli oleh konsumen rumah tangga serta harga jual oleh pedagang caru dan banten; dan keputusan pembelian ayam KUB oleh konsumen rumah tangga. Data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk frekuensi dan persentase yang dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif (Dewi *et al.*, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diantara berbagai warna yang ada, ayam KUB dengan warna *brumbun* menempati urutan pertama sebagai ayam yang paling banyak digunakan oleh konsumen rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan upacara adat dan agama di Provinsi Bali (Gambar 1). Ayam *brumbun* merupakan ayam dengan spesifikasi warna bulu yang terdiri dari beberapa warna, antara lain *biing*, *selem*, dan putih serta memiliki paruh dan kaki berwarna putih, kuning, atau hitam (Ardika *et al.*, 2015). Penggunaan ayam *brumbun* umumnya digunakan sebagai sarana upacara adat dan agama di Provinsi Bali, diantaranya upacara *Melapas Alit*,

Tabel 1. Ayam yang susah dicari oleh konsumen rumah tangga, pedagang *caru*, dan *banten*

Tipe warna	Konsumen Rumah Tangga		Pedagang ayam <i>caru</i>		Pedagang <i>banten</i>	
	Frek.	Persentase (%)	Frek.	Frek.	Persentase (%)	Frek.
Biing	13	14,61	1	1,47	4	18,18
Brumbun	34	38,20	32	47,06	10	45,45
Putih	10	11,24	9	13,24	0	0,00
Hitam	2	2,25	2	2,94	0	0,00
Lainnya	17	19,10	21	30,88	7	31,82
Tidak ada	13	14,61	3	4,41	1	4,55
Total	89	100,00	68	100,00	100,00	100,00

Tabel 2. Perbandingan harga beli konsumen rumah tangga, harga jual pedagang *caru* dan *banten*

Harga	Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)	
	Konsumen Rumah Tangga	Pedagang <i>Caru</i>	Pedagang <i>Banten</i>	
<i>Brumbun</i>	32.780,89 ± 9.849,99	27.705,84 ± 7.940,18	36.954,54 ± 12.394,30	
Hitam	31.241,57 ± 9.815,37	26.647,05 ± 8.465,49	34.295,45 ± 15.864,49	
Putih	29.606,74 ± 11.212,17	25.867,64 ± 8.964,11	30.227,27 ± 14.758,95	
<i>Biing</i>	30.455,05 ± 10.567,32	26.058,82 ± 8.775,61	34.227,27 ± 15.899,03	

Pangeruak, Caru Eka Sata, Caru Siap Lima/ Manca Sanak, Caru Resi Gana, Caru Panca Kelud, Caru Manca Wali Krama, Caru Eka Dasa Rudra), Sesayut Dirgayusa Bumi Tan Pegat Kamaranan, Sesayut Panca Sanak, dan Sesayut Panyegjeg Tuwuh (Budayasa dan Budiasa, 2013).

Tingginya permintaan ayam *brumbun* dalam upacara keagamaan berdampak pada kelangkaan ayam *brumbun* baik oleh 38,20% konsumen rumah tangga, maupun 47,06% pedagang *caru* dan 4,45% pedagang *banten* (Tabel 1). Berdasarkan frekuensi kegunaan, ayam *brumbun* menempati posisi pertama diantara ayam dengan warna bulu lainnya yang digunakan dalam berbagai jenis upacara adat dan agama di Provinsi Bali (Kantriani, 2021). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Fiaz *et al.* (2018) menyatakan, jika permintaan terhadap produk semakin tinggi maka akan berimplikasi pada kelangkaan dan meningkatnya harga produk tersebut. Hal ini dijelaskan Prasad dan Jha (2014) bahwa ketika ayam *brumbun* menjadi kebutuhan, maka seseorang akan berupaya untuk mencari informasi dan mengeluarkan usaha sehingga

memperoleh produk yang dibutuhkan.

Berdasarkan pada harga yang ditetapkan, harga beli ayam *brumbun* oleh konsumen rumah tangga serta harga jual ayam tersebut memiliki nominal lebih besar pada pedagang *caru* dan pedagang *banten* di antara ayam KUB dengan warna lain seperti warna *biing*, putih, hitam, dan lainnya (Tabel 2). Hasil ini bertentangan dengan kajian Jung *et al.* (2022); Sadilek (2019) dimana harga adalah hal salah satu heuristik ketika membuat keputusan. Keinginan untuk melakukan pembelian umumnya lebih tinggi pada produk dengan harga yang lebih murah. Ketidaksesuaian ini dapat dijelaskan melalui teori yang disampaikan Rayi dan Aras (2021) bahwa kebutuhan terhadap produk mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Ketika membutuhkan produk dengan spesifikasi tertentu, konsumen akan tetap melakukan pencarian untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen rumah tangga dalam melakukan pembelian ayam KUB adalah berdasarkan spesifikasi (65,17%) dan jenis

Tabel 3. Keputusan pembelian konsumen rumah tangga

Keputusan berdasarkan	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Spesifikasi	65,17	25,84	7,87	1,12	0,00
Tipe	33,71	25,84	11,24	25,84	3,37
Lokasi	6,74	15,73	49,44	24,72	3,37
Harga	23,60	24,72	26,97	20,22	4,49
Pelayanan	23,60	25,84	34,83	10,11	5,62
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

ayam (33,71%), sedangkan lokasi, harga, dan pelayanan tidak menjadi pertimbangan utama untuk membuat keputusan pembelian (Tabel 3). Auf *et al.* (2018) menjelaskan, orientasi agama merupakan salah satu faktor budaya yang penting untuk dipelajari karena bersifat universal dan memiliki pengaruh terhadap sikap, nilai, dan perilaku di tingkat individu maupun masyarakat termasuk dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Ayam *brumbun* memiliki permintaan yang tinggi dan harga jual yang lebih besar nominalnya dari ayam dengan warna lainnya. Tingginya jumlah pembelian ayam *brumbun* meskipun harga jual yang lebih besar dibandingkan dengan ayam KUB warna lainnya dimungkinkan karena penggunaan ayam *brumbun* yang telah mewakili ke empat warna dasar kepercayaan umat Hindu seperti putih, hitam, *biing*, dan kuning yang digunakan hampir di setiap kegiatan upacara adat dan keagamaan (Kantriani, 2021). Hal ini menjelaskan bahwa spesifikasi dan tipe kemudian menjadi pertimbangan utama dalam memilih material upacara dibandingkan dengan lokasi, harga, dan pelayanan yang diberikan (Sutrisno *et al.*, 2020). Hanaysha (2018) menjelaskan, ketika produk tersebut telah mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi maka akan mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian. Kondisi ini diperkuat dengan kajian Xygalatas *et al.* (2021); Zeqiri *et al.* (2022) bahwa seseorang akan tetap memutuskan untuk melakukan pembelian meskipun harga jual yang tinggi karena kebutuhan terhadap barang

yang tidak dapat tergantikan dalam upacara agama yang diselenggarakan.

KESIMPULAN

Permintaan terhadap ayam KUB dengan spesifikasi warna tertentu cukup tinggi tetapi kurang aksesibel oleh konsumen. Keputusan pembelian oleh konsumen hanya berdasarkan spesifikasi dan tipe ayam *brumbun*, sedangkan harga, pelayanan, dan lokasi tidak menjadi pertimbangan utama dalam menetapkan keputusan pembelian. Pelaksanaan upacara adat dan agama di Provinsi Bali yang akan tetap berlangsung mengindikasikan bahwa peningkatan usaha ayam KUB dengan spesifikasi warna tertentu perlu untuk ditumbuhkembangkan khususnya di Provinsi Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Aciri, A. and M. Stephen. 2018. Mantras to make demons into Gods old Javanese texts and the Balinese Bhūtayajñas. *Bull. Ec. Fr. Extr. Orient.* 104(1):141–203.
- Alders, R. G., A. Campbell., R. Costa., E. F. Guèye., M. A. Hoque., R. Perezgrovas-Garza., A. Rota, and K. Wingett. 2021. Livestock across the world: Diverse animal species with complex roles in human societies and ecosystem services. *Anim. Front.* 11(5):20–29.
- Ardika, I. N., N. W. Siti., N. M. S. Sukmawati.,

- N. G. K. Roni, dan I. N. S. Miwada. 2015. Produksi ayam sarana ritual bagi umat Hindu Bali melalui aplikasi teknik breeding. *NGAYAH: Majalah Aplikasi Ipteks*. 6:74–82.
- Auf, M. A. A., H. Meddour, O. Saoula, and A. H. A. Majid. 2018. Consumer buying behaviour: The roles of price, motivation, perceived culture importance, and religious orientation. *J. Bus. Retail. Manag. Res.* 12(4):177–186.
- Bakrie, B., E. S. Rohaeni., Y. Yusriani, and S. Tirajoh. 2021. The development of a newly formed superior local chicken in Indonesia - A review. *J. Hunan University (Natural Science)*. 48(9):25–34.
- Budaarsa, K. dan K. M. Budiasa. 2013. Jenis Hewan Upakara dan Upaya Pelestariannya. In Seminar Hewan Upakara Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 29 Oktober 2013.
- Cooper, D. R. and P. S. Schindler. 2014. *Business Research Methods*. In *Business Research Methods (12th ed.)*. McGraw-Hill. New York.
- Dewi, N. M. A. K., S. P. Syahlani, and F. T. Haryadi. 2021. The choice of information sources and marketing channel of Bali cattle farmers in Bali Province. *Open Agric.* 6(1):413–425.
- Fiaz, S., M. A. Noor, and F. O. Aldosri. 2018. Achieving food security in the Kingdom of Saudi Arabia through innovation: Potential role of agricultural extension. *J. Saudi Society Agric. Sci.* 17(4):365–375.
- Hanaysha, J. R. 2018. An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Res. Rev.* 2(1):7–23.
- Iskandar, S. dan A. P. Sinurat. 2018. Petunjuk Teknis Produksi Ayam Lokal Pedaging Unggul (Program Perbibitan Tahun 2017-2018). Livestock Research and Development Center.
- Jung, I. N., A. Sharma, and A. S. Mattila. 2022. The impact of supermarket credibility on purchase intention of novel food. *J. Retailing Consum. Serv.* 64(1), 1–9.
- Kantriani, N. K. 2021. Ngelungah ceremony in Pitra Yadnya. *Kamaya: J. Ilmu Agama.* 4(1):114–127.
- [Kepmentan] Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 274/Kpts/SR.120/2/2014 tentang Pelepasan Galur Ayam KUB-1. Sekretariat Menteri Pertanian. Jakarta.
- Kim, J., M. Lee, W. Kwon, H. Park, and K. J. Back. 2022. Why am I satisfied? See my reviews – Price and location matter in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management.* 101(1):1–9.
- Narayanan, S., J. Gruber, G. Liedtke, and C. Antoniou. 2022. Purchase intention and actual purchase of cargo cycles: Influencing factors and policy insights. *Transportation Research Part A: Policy and Practice.* 155(1):31–45.
- Prasad, R. K. and M. K. Jha. 2014. Consumer buying decisions models: A descriptive study. *Int. J. Innov. Appl. Stud.* 6(3):335-351.
- Puteri, N. I., Gushairiyanto, and Depison. 2020. Growth patterns, body weight, and morphometric of KUB chicken, Sentul chicken, and Arab chicken. *Buletin Peternakan.* 44(3):67–72.
- Putri, B. R. T., I. N. Suparta., N. M. S. Sukmawati, N. L. G. Sumardani, and J. Hellyward. 2019. Potential area analysis of Nusa Penida island for native pig farming development. *J. Biol. Chem. Res.* 36(1):87–91.
- Rachmawati, D., S. Shukri., S. M. F. Azam, and A. Khatibi. 2019. Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Manag. Sci. Letters.* 9(9):1341–1348.
- Rayi, G. and M. Aras. 2021. How product

- innovation and motivation drive purchase decision as consumer buying behavior. *J. Distribution Sci.* 19(1):49–60.
- Riwun., I. A. G. Yadnyawati, and I. W. S. Yasa. 2019. Nyorat ceremony of Hindu Kaharingan adherents: Telawang District, East Kotawaringin Regency. *Int. J. Linguistics, Literature, Culture.* 5(3):1–8.
- Rubianti, A., Y. Achadri., M. Kote., S. Ratnawaty, and P. R. Matitaputty. 2021. The effect of environmental factors on the productivity of Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) chicken in Nusa Tenggara Timur (NTT). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.* 807(3):8–11.
- Sadílek, T. 2019. Consumer preferences regarding food quality labels: the case of Czechia. *British Food J.* 121(10):2508–2523.
- Sekaran, U. and R. Bougie. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.* John Wiley & Sons Ltd. United Kingdom.
- Sudana, O., I. D. N. N. Putra., A. Wirdiani, and D.A.N. Taradhita. 2020. E-upakara, bebanten learning information system with three diagram model. *Scientific J. Inform.* 7(1):22–32.
- Suryani, N. G. A. P., I. P. Gelgel, and I. B. Dharmika. 2020. Non-medical medicine culture on Siwa Murti Bali School. *Int. J. Linguistics, Literature, Culture.* 6(5):21–30.
- Suryathi, N. W. S., M. Antara., N. B. Atmaja, and W. Windia. 2018. The effect of Tri Hita Karana local wisdom on financial performance of UP3HP Jempiring Group in regency Badung. *SEAS (Sustainable Environment Agricultural Science).* 2(1):27–40.
- Sutrisno, I. H., B. Akob., Z. I. Navia., Nuraini, and A. B. Suwardi. 2020. Documentation of ritual plants used among the Aceh tribe in Peureulak, East Aceh District, Indonesia. *Biodiversitas.* 21(11):4990–4998.
- Xygalatas, D., P. Maño., V. Bahna., E. K. Klocová., R. Kundt., M. Lang, and J. H. Shaver. 2021. Social inequality and signaling in a costly ritual. *Evol. Hum. Behav.* 42(1):524–533.
- Yamayanti, K. P. 2020. Issues in translation of Balinese cultural terms into english. *Indonesian EFL Journal.* 6(1):63.
- Yanti, N. L. G. M., I. N. Lestawi, and I. B. G. Candrawan. 2019. Tebasan Penawa Sangga on piodalan in Pura Luhur Pucak Padang Dawa Baturiti (Hindu Aesthetic Perspective). *Kamaya: J. Ilmu Agama.* 2(3):226–237.
- Zeqiri, J., B. Alserhan., K. Gleason, and V. Ramadani. 2022. Desecularization, social identity, and consumer intention to purchase religious products. *Technological Forecasting and Social Change.* 177(1): 1–10.