

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IKAN KONSUMSI DI PPI LONRAE
KABUPATEN BONE**

Disusun dan diajukan oleh

DIAN ISLAMIA MUHTAR

L041 18 1006



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IKAN KONSUMSI DI PPI LONRAE
KABUPATEN BONE**

DIAN ISLAMIA MUHTAR

L041 18 1006

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu
Kelautan dan Perikanan



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam
Pembelian Ikan Konsumsi Di PPI Lonrae Kabupaten Bone**

Disusun dan diajukan oleh

DIAN ISLAMIA MUHTAR

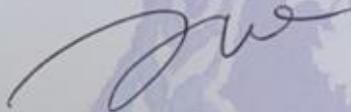
L041181006

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin pada tanggal ... dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota


Dr. Abdul Wahid, S.Pi, M.Si

NIP. 197110122002121001


Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si

NIP. 197101262001121001

Mengetahui
Ketua Program Studi
Agrobisnis Perikanan



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si

NIP. 19720926 200604 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Islamia Muhtar

NIM : L041 18 1006

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi Di PPI Lonrae Kabupaten Bone" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas plagiat, serta tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai kebutuhan peraturan perundang-undangan (Permendiknas No. 17, Tahun 2007).

Makassar, 1 April 2022



Dian Islamia Muhtar

NIM. L041 18 1006

PERNYATAAN AUTHORSHIP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Islamia Muhtar

NIM : L041 18 1006

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah satu seorang penulis dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Makassar, 1 April 2022

Mengetahui,

Ketua Prodi
Agrobisnis Perikanan

Penulis



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP. 19720926 200604 2 001



Dian Islamia Muhtar
NIM. L041 18 1006

ABSTRAK

DIAN ISLAMIA MUHTAR L041181006. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi Di PPI Lonrae Kabupaten Bone” dibimbing oleh **Dr. Abdul Wahid, S.Pi., M.Si** sebagai pembimbing utama dan **Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si** sebagai pembimbing anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor variabel Apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dan faktor yang dominan berpengaruh dalam pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Desember Tahun 2021 di Kabupaten Bone. Penentuan responden menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa harga, selera dan pendapatan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih ikan konsumsi di PPI Lonrae. Hasil koefisien determinasi 0.985 yang berarti 98,5% keputusan pembelian ikan konsumsi dipengaruhi oleh variabel Harga (X1), Selera (X2), Kualitas Ikan (X3) dan Pendapatan Konsumen (X4). Sedangkan sisanya sebesar 1,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi namun juga dapat mempengaruhi responden dalam keputusan pembelian ikan konsumsi. Hasil uji F menunjukkan variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, selera, dan pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Ikan Konsumsi, Keputusan Pembelian, Pangkalan Pendaratan Ikan

ABSTRACT

DIAN ISLAMIA MUHTAR L041181006. "Analysis of Factors Affecting Consumer Decisions in Purchasing Consumed Fish at PPI Lonrae, Bone Regency" supervised by **Dr. Abdul Wahid, S.Pi., M.Si** as the main supervisor and **Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si** as member advisors.

This study aims to analyze the variable factors that influence consumer decisions and the dominant factors influencing the purchase of consumption fish at PPI Lonrae, Bone Regency. The research was carried out in December 2021 in Bone Regency. Determination of respondents using Accidental Sampling technique with a total sample of 96 respondents. Sources of data used are primary data and secondary data and then analyzed using multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t test and F test. From the results of the study it was found that prices, tastes and consumer income affect consumer purchasing decisions in choosing consumption fish at PPI Lonrae. The result of the coefficient of determination is 0.985, which means that 98.5% of consumption fish purchasing decisions are influenced by the variables Price (X1), Taste (X2), Fish Quality (X3) and Consumer Income (X4). While the remaining 1.5% is influenced by other factors that are not included in the regression model but can also influence respondents in purchasing decisions for consumption fish. The results of the F test show that the variables of price, taste, fish quality and consumer income together have a significant effect on purchasing decisions. The results of the t-test indicate that the variables of price, taste, and consumer income partially have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Fish Consumption, Purchase Decision, Fish Landing Base*

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, pemilik segala kesempurnaan, memiliki segala ilmu dan kekuatan yang tak terbatas, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang hingga kita merasakan nikmatnya hidup zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi Di PPI Lonrae Kabupaten Bone** yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Pada penelitian ini, hambatan dan rintangan yang dihadapi merupakan proses yang menjadi kesan dan pendewasaan diri. Semua ini tentunya tidak lepas dengan adanya kemauan yang kuat dalam hati dan kedekatan kepada Allah SWT.

Melalui kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan ucapan khusus kepada penyemangat, pembimbing dan penyempurna segala perilaku semasa hidup saya, kedua orang tua tercinta bunda **Rahmawati,SE** dan ayahanda **Mukhtar,S.Pi.** terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan dukungan, kasih sayang serta doa yang tulus hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta saudaraku yang saya banggakan **Muh.Ary Murtir, Ilham Tri Bintang dan Iqram Muhtar** terima kasih telah menjadi saudara yang sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada henti-hentinya bagi penulis terima kasih karena telah menjadi canda dan tawa, serta penguat bagi penulis, penulis tidak mampu melangkah sejauh ini tanpa bimbingan kedua orang tua, saudarah serta keluarga tercinta. semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada keluarga kita. Amiin.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya saya hantarkan kepada Bapak **Dr.Abdul Wahid, S.Pi., M.Si** selaku penasehat akademik, pembimbing ketua dan juga telah menjadi pengganti orang tua dalam memberikan nasihat, arahan, dukungan, dan memberikan bimbingan selama menempuh pendidikan di Universitas

Hasanuddin. Juga kepada pembimbing anggota Bapak **Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si** yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga dari awal persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Safruddin, S.Pi, M.Si., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
2. **Ibu Dr. Ir. Siti Aslamyah, MP** selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Bapak Dr. Ahmad Faizal, ST., M.Si** selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi., M.Si** selaku Ketua Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si** selaku Ketua Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
6. **Ibu Prof. Dr. Ir. Sutinah Made, M.Si & Bapak Dr. Chasyim Hasani, S.Pi., M.Si** selaku penguji yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan saran dan kritik yang sangat membangun.
7. **Dosen dan Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
8. **Seluruh Staf Administrasi FIKP** yang selalu membantu dalam urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.
9. **Kepala & seluruh staf PPI Lonrae** yang membantu dalam urusan pengambilan data penelitian di lokasi pangkalan pendaratan ikan Lonrae Kabupaten Bone.

Ucapan terima kasih dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

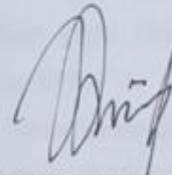
1. **Diana Ekawati, Intan Muhlisa, Sarirah Rahman, dan Nurul Hidayat** atas bantuan dan dukungan penuh yang di berikan kepada penulis semasa berkuliah.
2. **Suhada dan Andi Nadia Mughcita Sani** teman seperjuangan saya dalam mengurus segala urusan selama masa perskripsian.
3. Sahabat-sahabat **SIL018** (Agrobisnis Perikanan Angkatan 2018) atas bantuan, semangat, kebersamaan suka cita dan pengalaman yang sangat luar biasa selama penulis menempuh pendidikan..

4. **Nurul Ikhani** yang telah memberikan semangat, bantuan serta dukungan dalam segala hal.
5. **Sudarmin, Andi Sartika, dan Nurhalisa** yang telah menemani dalam suka maupun duka
6. **Fitra Nur Qalbi, Fadia Ananda dan Fitriani** atas bantuan dan semangat yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan teman-teman **KKN-106 BONE 2** yang selalu memberi doa dan dukungan kepada penulis

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 1 April 2022



DIAN ISLAMIA MUHTAR

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Pinrang, Pekkabata pada tanggal 24 April 2000. Penulis merupakan anak ke pertama dari empat bersaudara dari pasangan Ayah Mukhtar,S.Pi dan Ibu Rahmawati,SE. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Al-Mujahidin Kanak-Kanak Kabupaten Bone pada tahun 2005 dan lulus pada tahun 2006 Kemudian melanjutkan sekolah di SDN 22 Jeppe'e Kabupaten Bone dan lulus tahun 2012.

Kemudian melanjutkan pendidikan ke MTsN Watampone pada tahun 2012 dan lulus pada tahun 2015, Selama menempuh pendidikan di MTsN penulis juga aktif dan menjadi pengurus dalam kegiatan ekstrakurikuler seperti Drum Band. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMAN 13 Bone pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018, selama menempuh pendidikan di SMAN penulis aktif sebagai pengurus di ekstrakurikuler Paskibra. Kemudian pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan pada Universitas Hasanuddin Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan melalui jalur SNMPTN.

Sebagai seorang mahasiswa penulis aktif di organisasi Kemahasiswaan, yaitu pernah menjabat sebagai Anggota kewirausahaan pada periode 2019-2020 dan Koordinator Divisi Kewirausahaan periode 2020-2021 Pada Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) regular gelombang 106 tahun 2021 di Kelurahan Macanang, Kabupaten Bone. Praktik Kerja Profesi (PKP) di Pabrik Tepung Ikan Asy-Syafiiyyah Kabupaten Bone pada tahun 2021. Penulis juga melaksanakan penelitian di Kabupaten Bone tepatnya di PPI Lonrae Kabupaten Bone dengan mengangkat judul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi Di PPI Lonrae Kabupaten Bone*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
PERNYATAAN AUTHORSHIP	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Kegunaan Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Ikan Konsumsi/Ikan Ekonomis Penting	4
B. Konsumen.....	8
C. Perilaku Konsumen	9
D. Keputusan Pembelian	11
E. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen..	13
F. PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan).....	15
G. Penelitian Terdahulu.....	16
H. Kerangka Pikir	18
III. METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	21
B. Jenis Penelitian	21
C. Metode Pengambilan Sampel.....	21
E. Sumber Data	23
F. Variabel Penelitian	24
G. Teknik Analisis Data	24
1. Analisis Regresi Linear Berganda	25
2. Pengujian Hipotesis.....	25

H.	Konsep Operasional	27
IV.	HASIL	28
A.	Keadaan Umum Lokasi	28
1.	Kondisi Geografis	28
2.	Iklm	29
3.	Kondisi Demografis	29
B.	Karakteristik Responden	30
C.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	34
1.	Analisis Regresi Linear Berganda	34
2.	Pengujian Hipotesis	35
V.	PEMBAHASAN	37
A.	Analisis Keputusan Pembelian Konsumen	37
B.	Karakteristik Responden	38
C.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	43
1.	Analisis Regresi Linear Berganda	43
2.	Pengujian Hipotesis	44
3.	Analisis Variabel Yang Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen	48
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	49
A.	Kesimpulan	49
B.	Saran	49
C.	Rekomendasi	49
	DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	20
Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk di kecamatan Tanete riattang timur	29
Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	30
Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan umur	31
Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	31
Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	32
Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan	33
Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan	33
Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan peran 1	34
Tabel 9. Hasil regresi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone	35
Tabel 10. Uji signifikan simulat (Uji F)	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Umum Responden	55
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	60
Lampiran 3. Data Informasi Pendukung Responden	64
Lampiran 4. Hasil SPSS	67
Lampiran 5. Kuisisioner Penelitian	68
Lampiran 6. Dokumentasi	73

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sulawesi Selatan memiliki perairan laut yang cukup besar dengan panjang pantai sekitar 2.500 km dan potensi sumberdaya perikanan tangkap yang melimpah menghasilkan berbagai jenis ikan dengan nilai ekonomis tinggi. Potensi yang dimiliki perikanan Sulawesi Selatan untuk daerah penangkapan 12 mil dari pantai sebesar 620.480 ton/tahun dan daerah penangkapan 12-200 mil dari pantai sebesar 80.072 ton/tahun. Salah satu kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan dengan hasil perikanan tangkap yang melimpah terdapat di Kabupaten Bone. Dapat dilihat dari produksi hasil tangkapan sebesar 44.622,7 ton/tahun pada wilayah penangkapan Teluk Bone (BPS Kabupaten Bone, 2018)

Teluk Bone yang merupakan salah satu zona penangkapan sekitar Kabupaten Bone memiliki potensi sumberdaya perikanan tangkap yang didominasi oleh ikan – ikan pelagis seperti layang, selar, teri, tembang, tuna, cakalang dan tongkol (Hawati & Putra, 2020). Hal tersebut terlihat pada potensi sumberdaya ikan pelagis kecil sebesar 33.564 ton/tahun dan ikan pelagis besar 132.430 ton/tahun. Namun demikian, produksi ikan dalam setahun tersebut berfluktuasi secara musiman Hasil tangkapan di Perairan Teluk Bone pada tahun 2010 – 2012 rata-rata mencapai 4.871,83 ton (mengalami peningkatan 2,1% per tahunnya) dengan nilai produksi rata-rata Rp. 780,4 miliar per tahun (Rumpa *et al.*, 2021). Maka dari itu ikan pelagis mengalami peningkatan permintaan tiap tahunnya karena banyaknya peminat ikan pelagis menjadikan ikan ini sebagai komoditi yang memiliki potensi ekonomis terpenting di wilayah penangkapan teluk Bone khususnya pada Kabupaten Bone berdasarkan peningkatan permintaan yang ada.

Kabupaten Bone memiliki salah satu sarana yang penting dalam pelaksanaan bisnis perikanan yaitu Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Lonrae. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Lonrae ini mempunyai potensi yang cukup besar pada bagian produksi dan pemasaran hasil tangkapan nelayan dengan lokasi yang strategis. PPI Lonrae memiliki potensi pemasaran yang cukup baik dapat dilihat pada jumlah konsumen yang mengunjungi lokasi tersebut untuk melakukan transaksi dan proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli secara langsung untuk memenuhi kebutuhan protein hewani bagi masyarakat (Merdekawati, *et.al.*, 2019).

Potensi sumberdaya ikan yang melimpah menjadikan sektor perikanan sebagai salah satu bahan pangan yang dikonsumsi masyarakat, hal ini dikarenakan harga ikan yang dapat dijangkau oleh masyarakat, kandungan gizi yang terdapat pada ikan juga

dapat memenuhi kebutuhan gizi yang dibutuhkan manusia. Besarnya manfaat dari ikan diikuti dengan tingkat konsumsi yang tinggi pula dapat dilihat dari cara pengambilan keputusan untuk membeli produk perikanan, sebagian besar masyarakat membeli produk perikanan berdasarkan harga, kualitas suatu produk, selera, dan pendapatan masyarakat. Masyarakat mempunyai preferensi sendiri sebelum memutuskan ikan mana yang akan dibeli dan dikonsumsi, hal ini bergantung kepada perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk setelah melakukan hal diatas atau kegiatan mengevaluasi (Firmansyah, 2018).

Dapat dilihat dari banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan ikan apa yang akan dibelinya, hal tersebut membuat para produsen selalu berorientasi pada keinginan konsumen. Maka dari itu untuk mendapatkan respon yang baik serta memberikan kepuasan terhadap konsumen, sangat penting bagi produsen untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone. Maka berdasarkan uraian diatas penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone?
2. Faktor-faktor apa yang dominan mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah ditemukan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone
2. Untuk menganalisis variabel-variabel mana yang dominan mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae Kabupaten Bone

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, diantaranya yaitu :

1. Akademik

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan konsumsi.

2. Kebijakan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan permintaan ikan laut khususnya ikan konsumsi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Ikan Konsumsi/Ikan Ekonomis Penting

Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena banyak mengandung protein hewani yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena selain lebih mudah dicerna juga mengandung asam amino dengan pola yang hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat di dalam tubuh manusia. Sedangkan konsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Pihak yang melakukan konsumsi disebut konsumen. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi berorientasi kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sehingga ikan konsumsi dapat diartikan sebagai ikan yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi asupan protein hewani sehari-hari oleh manusia. Untuk jenis ikan konsumsi ini bisa dibagi lagi menjadi beberapa kelompok, yaitu ikan yang berasal dari perairan laut dan perairan darat (budidaya). Menurut Edelweis berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat pesisir bahwa jenis ikan laut yang sering dikonsumsi adalah ikan yang di tangkap oleh nelayan dan bernilai ekonomis penting diantaranya adalah Ikan layang atau *Decapterus spp* adalah salah satu jenis ikan pelagis yang tertangkap di perairan teluk bone yang memberikan kontribusi terbesar, ikan layang ini mempunyai peranan penting dan mempunyai nilai ekonomis tinggi dalam perikanan (Dahlan, *et.al.* 2015). Hidup pada perairan yang berkadar garam tinggi dan merupakan ikan pelagis yang suka berkumpul dalam gerombolan serta pemakan plankton-hewani dan senang pada perairan yang jernih. Ikan layang banyak ditemukan dan tertangkap di perairan yang berjarak 20- 30 mil dari pantai dan pada kedalaman 45-100 meter (Kusumaningrum, *et.al.* 2021).

Ikan tongkol atau *Auxis thazard* (*Scombridae*) merupakan ikan pelagis dan banyak ditemukan di perairan tropis Indo-Pasifik. Walaupun berhabitat di lautan, ikan tongkol lebih menyukai berada di dekat pantai dan bahkan juvenil ikan ini dapat di temukan di daerah teluk dan pelabuhan seperti pada Teluk Bone. Makanannya berupa ikan-ikan kecil, cumi-cumi, dan memiliki ukuran tubuh mencapai panjang 50 cm dan umumnya 25- 40 cm. Ikan tongkol tergolong ikan pelagis besar dan perenang cepat. Ciri-ciri ikan tongkol (*Euthynnus sp*) adalah ikan perenang cepat hidup dan bergerombol (*schooling*) sewaktu mencari makan dan mempunyai warna yang cerah (Agus, 2017).

Ikan cakalang atau *Katsuwonus pelamis* (*Scombridae*) merupakan sumber daya perikanan penting karena bernilai ekonomis penting, yang banyak terdapat di perairan wilayah pesisir barat, timur dan selatan. Ikan cakalang adalah salah satu jenis ikan pelagis besar yang pemanfaatannya hidup bergerombol, besar dan termasuk ikan buas, predator dan karnivor. Ikan cakalang dapat mencapai panjang 100 cm, umumnya 40-60 cm, Ikan cakalang tergolong ikan pelagis besar. Daerah penyebarannya adalah daerah pantai laut dalam, dengan kadar garam tinggi, daerah tropis, Perairan Indonesia Timur, Selatan Jawa, Barat Sumatera, Philipina, Kep. Hawaii, daerah perairan tropis Australia. Salah satu wilayah perairan sebelah timur Sulawesi Selatan yaitu Teluk Bone. Perairan Teluk Bone merupakan bagian dari Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) selain Selat Makassar, Laut Flores, dan Bali (Umar, *et.al.* 2019).

Ikan tuna atau *Thunnus obesus* (*Scombridae*) hidup di perairan lepas pantai, laut dalam, kadar garam tinggi sampai kedalaman 250 m. Ikan tuna termasuk ikan buas, karnivor, predator dan dapat mencapai panjang 236 cm, umumnya 60-180 cm. Ikan tuna tergolong ikan pelagis besar. Daerah penyebarannya terutama di Laut Banda, Laut Maluku, Laut Flores, Laut Sulawesi, Samudera Indonesia, Papua bagian utara (Samudera Pasifik). Ikan tuna termasuk kelompok jenis ikan yang beruaya jauh (*highly migratory fish stocks/transboundary fish stocks*) dan beruaya terbatas antara Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (ZEEI) dan laut lepas (*straddling fish stocks*). Teluk Bone merupakan salah satu perairan dengan potensi tuna yang tinggi (Novitasari, *et.al.* 2019).

Ikan kuwe atau *Caranx sexfasciatus* (*Carangidae*) hidup di perairan dangkal, terumbu karang, membentuk gerombolan kecil, dapat mencapai panjang ikan 75 cm, umumnya 50 cm. Ikan kuwe termasuk ikan buas, makanannya ikan-ikan kecil, dan krustasea. Tergantung dari spesiesnya, habitat dari ikan kuwe sangat beragam, dari pantai sampai laut lepas (oseanik) dan dari yang bersifat pelagis sampai mendekati dasar (demersal). *Caranx* dan *Gnathanodon* sangat khas sebagai penghuni terumbu karang (reef associated). Hampir semua ikan kuwe mempunyai sifat bergerombol (schooling) dan bersifat karnivor daerah penyebarannya sepanjang pantai dangkal, perairan karang Indonesia, Teluk Benggala, Teluk Siam, sepanjang pantai Laut Cina Selatan, Philipina dan sejak tahun 2009 Teluk Bone juga telah menangkap ikan Kuwe menggunakan alat tangkap set net (Sudirman, *et.al.* 2010).

Ikan teri atau *Stolephorus commersonii* (*Clupeidae*), hidup di perairan pantai, membentuk gerombolan besar, pemakan plankton, dapat mencapai panjang 15 cm, umumnya 12 cm, sisik mudah terkelupas. Tergolong ikan pelagis kecil, penangkapan dengan payang tepi, bagan, jermal, togo, pukat tepi, soma dampar. Daerah penyebaran terdapat di seluruh perairan pantai Indonesia, melebar ke utara sampai pantai Teluk

Benggala, Philipina dan ke selatan sampai Queensland (Auskalia), juga ke barat sampai pantai Afrika Timur. Ikan teri juga terdapat di Teluk Bone yang merupakan ikan pelagis dengan memiliki nilai ekonomis tinggi (Rumpa, *et.al.* 2021).

Ekor kuning atau *Caesio erythrogaster* (*Lutjanidae*) berdasarkan penelitian Muhammad *et.al* (2019) mengatakan bahwa ikan ekor kuning merupakan jenis ikan konsumsi yang memiliki nilai ekonomis penting dan merupakan salah satu jenis ikan yang menjadi target penangkapan di perairan. Habitat ikan ekor kuning adalah di perairan pantai karang, perairan karang dengan suhu perairan lebih dari 20°C hidup di perairan pantai, terumbu karang, membentuk gerombolan besar, makanannya ikan-ikan kecil dan krustasea, dapat mencapai panjang 60 cm, umumnya 30-40 cm. Tergolong ikan karang, penangkapan dengan muroami, jaring klotok, soma malalugis, bubu. Daerah penyebaran perairan karang seluruh Indonesia, Teluk Benggala, Teluk Siam, sepanjang pantai laut Cina Selatan, bagian selatan Ryukyu, ke selatan sampai perairan tropis Australia (Zuhdi & Madduppa. 2020).

Ikan kakap atau *hates calcarifer* (*Lutjanidae*) merupakan jenis ikan ekonomis penting yang cukup banyak tertangkap di perairan Indonesia. Jenis ikan ini biasanya tertangkap di perairan paparan (*Continental shelf*), dan pada habitat perairan sedikit berkarang serta teluk –teluk. Ikan kakap merupakan ikan demersal yang tidak terlalu dipengaruhi oleh arus. Ikan kakap masuk dalam famili *Lutjanidae*. Ukuran panjang ikan kakap dapat mencapai 200 cm, umumnya 25-100 cm. Daerah penyebarannya terutama pantai utara Jawa, sepanjang pantai Sumatera bagian timur, Kalimantan, Sulawesi selatan, Arafuru. Ke utara meliputi Teluk Benggala, pantai India, Teluk Siam, sepanjang pantai Laut Cina Selatan, Philipina, ke selatan sampai pantai utara Australia, dan ke barat sampai Afrika Timur (Lukman, 2013).

Ikan sardin/tembang atau *Sardinella fimbriata* (*Clupeidae*) hidup di perairan pantai, lepas pantai dan pemakan plankton. Ikan sardin dapat mencapai panjang 23 cm, umumnya 17-18 cm, tergolong ikan pelagis ukuran kecil. Daerah penyebarannya terdapat di seluruh perairan Indonesia, melebar ke utara sampai Okinawa dan ke selatan sampai ujung utara Australia, ke barat sampai pantai Afrika Timur. Ikan tembang ini juga ditemukan di Teluk Bone bersama ikan pelagis kecil lainnya dengan menggunakan alat tangkap purse seine, gillnet dan juga bagan (Safruddin, *et.al.* 2017).

Ikan bawal atau *Formio niger* (*Formionidae*) hidup di perairan agak jauh dari pantai sampai kedalaman 100 m. Ikan bawal kadang-kadang bergerombol bersama ikan layang di sekitar rumpon, dan dapat mencapai panjang 30 cm, umumnya 20 cm. Ikan bawal termasuk ikan pelagis, ikan buas, makanannya ikan-ikan kecil dan krustasea. Daerah penyebarannya hampir terdapat diseluruh perairan Indonesia terutama Laut

Jawa, Selat Malaka, sepanjang perairan Kalimantan, Sulawesi selatan, ke utara sampai Teluk Benggala, Teluk Siam, sepanjang Laut Cina Selatan, Philipina (Ulumiah, 2016) .

Ikan Kerapu atau *Epinephelus sp* merupakan ikan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan juga salah satu komoditi ekspor hasil laut yang tinggi di dunia dan hidup di karang-karang. Berdasarkan ukurannya, ikan kerapu memiliki ukuran sebesar 30 cm hingga 3 meter dalam fase dewasanya. Ikan kerapu dapat dikenali dengan bentuk operculum, corak dan warna tubuhnya. bentuk, corak dan warna merupakan alat utama untuk dapat mengidentifikasi morfologi ikan kerapu. Walau demikian, secara morfologi ikan kerapu sangat sulit untuk dibedakan antar spesiesnya. Beberapa masyarakat terkadang mempunyai sebutan yang sama untuk dua hingga tiga ekor kerapu yang berbeda. Ikan kerapu merupakan salah satu komoditas perikanan yang mempunyai indeks permintaan yang tinggi (Kusuma. *et.al*, 2021).

Ikan kembung atau *Rastrelliger brachysoma* merupakan salah satu ikan pelagis kecil. Ikan ini hidup di perairan pantai atau oseanis dapat mencapai ukuran 100 cm dan ditemukan hampir di seluruh perairan Indonesia. Ikan ini mengikuti perubahan suhu yang terjadi secara umum sehingga dapat mempengaruhi terjadinya fluktuasi perkembangan populasi mulai dari pertumbuhan sampai produksi. Ikan ini berperan penting dalam rantai makanan sebagai pemakan plankton kasar dan hidup secara bergerombol besar di perairan pantai. Penyebaran secara vertikal dipengaruhi oleh suhu dan gerakan harian plankton sedangkan penyebaran secara horizontal dipengaruhi oleh arus laut. Ikan kembung jantan mempunyai dua kali musim pemijahan yaitu pada musim barat dari bulan Oktober sampai Februari pada musim timur dari bulan Juni sampai September (Lubis, *et.al*. 2019)

Ikan bete-bete/petek atau *Leiognathus spendens* merupakan salah satu jenis ikan demersal yang cukup banyak tertangkap dan memberikan kontribusi yang cukup tinggi terhadap eksploitasi sumberdaya ikan demersal. Menurut Longhurst & Pauly ikan petek hidup bergerombol di daerah berpasir atau pasir berlumpur pada kedalaman 10-50 m. Selain itu, ikan petek memiliki pertumbuhan dan rekrutmen tinggi. Dari segi ekonomi, ikan petek dimasukkan ke dalam kategori ikan rucah (trash fish) (Prihatiningsi, *et.al*. 2014).

Tingkat konsumsi ikan atau biasa disebut dengan angka konsumsi ikan merupakan tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap komoditas ikan yang dikonversi dalam satuan kg perkapita pertahun yang dapat dilihat kenaikan angka konsumsi ikan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2016 angka konsumsi ikan diharapkan meningkat menjadi 43,88 kg/kap/th. Selanjutnya pada tahun 2017, 2018, 2019 serta 2020 diharapkan angka konsumsi ikan masing-masing menjadi 47,12 kg/kap/th 50,65

kg/kap/th 54,49 kg/kap/th serta 54,49 kg/kap/th pada tahun 2020. Bila demikian halnya, maka perlu ada strategi peningkatan penyediaan ikan baik yang berasal dari usaha perikanan tangkap maupun perikanan budidaya (Djunaidah, 2017).

B. Konsumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Konsumen diambil dari istilah *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument* /konsumen (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang". Pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.

Harapan konsumen jika dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang. Konsumen dibagi menjadi dua kategori, yaitu konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal adalah individu yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk penggunaan dalam rumah tangga, anggota keluarga dan teman. Sedangkan konsumen organisasional merupakan sebuah perusahaan, agen pemerintah atau institusi profit maupun non profit lainnya yang membeli barang, jasa dan peralatan lain yang diperlukan yang digunakan agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan baik (Anggara, 2019).

Ada beberapa batasan tentang konsumen, yakni sebagai berikut :

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
3. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat dikemukakan unsur-unsur definisi konsumen adalah subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang

berstatus sebagai pemakai barang dan/ atau jasa. Istilah "orang" disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut person atau termasuk juga badan hukum (rechtspersoon). Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup luas.

C. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan gambaran bagaimana cara sekumpulan individu atau kelompok dalam membuat keputusan pembelian mulai dari persiapan sampai dengan evaluasi produk yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. menurut pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Koller, Scifman dan Kanuk. Hal senada dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (decision unit), baik individu, kelompok, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk baik untuk dikonsumsi atau diperdagangkan lagi. Perilaku konsumen adalah proses yang berkaitan erat dalam proses pembelian konsumen yang melakukan kegiatan seperti pencarian, penelitian dan evaluasi barang serta jasa (*Goods & Service*). Atau dengan kata lain Perilaku konsumen juga diartikan sebagai kegiatan yang erat kaitannya dengan membuat keputusan pembelian. Pada saat ini perilaku konsumen bisa saja membuat kebingungan dalam memahami hal tersebut, dikarenakan perilaku yang dimaksud atau dikategorikan kedalam perilaku konsumen ini sangat luas, terkadang kita telah melakukan perilaku konsumen, namun tidak menyadari hal tersebut sering terjadi ketika Anda melakukan suatu proses pembelian (Irwansyah, *et.al.* 2021).

Selain kualitas produk, perilaku konsumen juga meliputi harga produk, promosi dan juga tentang lokasi produk (distribusi) tersebut berada. Jika suatu produk tidak terlalu mahal maka konsumen tidak akan memerlukan waktu lama untuk berpikir dalam mengambil tindakan yang berkaitan dengan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Namun jika suatu barang atau jasa memiliki harga mahal maka akan memberikan lebih banyak upaya dalam subjek. Perilaku konsumen adalah sesuatu yang mendasari konsumen untuk membeli produk atau layanan, tentu saja sebagai konsumen kita akan memikirkan produk pertama yang akan dibeli.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian barang, diantaranya yaitu (Firmansyah, 2018) :

1. Memperhatikan Konsumen

Hal ini merupakan kemampuan penuh untuk menyaring semua upaya yang dapat berpengaruh, dan sebagai hasilnya ini semua dilakukan oleh produsen agar disesuaikan dengan motivasi dan perilaku konsumen.

2. Motivasi dan Perilaku Konsumen

Sesuatu yang berhubungan dengan motivasi dan perilaku dapat ditemukan melalui observasi, sehingga observasi tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat program serta strategi pemasaran, perancangan periklanan, serta promosi sehingga hal-hal yang akan terjadi dapat diprediksi agar dapat dipasarkan.

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Swastha agar mengetahui perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu (Dinawan, 2010),:

- a. Model *phenomenologis* merupakan perilaku konsumen yang berusaha mereproduksi perasaan-perasaan mental dan emosional yang dialami konsumen dalam memecahkan masalah pembelian yang sesungguhnya.
- b. Model *logis* merupakan perilaku konsumen yang berusaha menggambarkan struktur dan tahap-tahap keputusan yang diambil mengenai (a) jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli, (b) tempat dan saat pembelian, (c) harga dan cara pembayaran.

Sedangkan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller mengenai model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu (Supriyadi dan Pratiwi, 2018) :

1. Perilaku pembelian yang kompleks merupakan perilaku yang sulit karena membutuhkan beberapa keterlibatan yang kompleks dalam proses pembelian dengan membandingkan barang yang satu dengan sejenisnya.
2. Perilaku pembelian dibawah kompleks merupakan perilaku yang memiliki keterlibatan konsumen dengan menyadari beberapa perbedaan dengan barang yang sejenis
3. Perilaku konsumen yang menjadi kebiasaan merupakan perilaku yang dilihat berdasarkan komitmen terhadap jenis barang tersebut. Konsumen yang memilih barang dengan berulang kali tentunya memiliki alasan diantaranya mereka telah terbiasa dengan barang atau produk tersebut.
4. Perilaku pembelian yang mencari variasi merupakan perilaku yang memiliki kebiasaan yang mudah, tetapi beranggapan masih ada beberapa perbedaan antara jenis barang dengan jelas. Perilaku ini bertujuan untuk mencari keragaman bukannya mencari kepuasan

Perilaku konsumen dapat terbentuk karena adanya interaksi ataupun komunikasi yang terjadi antara produsen dan konsumen. Dalam suatu komunikasi yang efektif, dibutuhkan adanya hubungan aktif antara pelaku komunikasi. Hubungan aktif itu sendiri merupakan wujud dari hubungan timbal balik, dimana produsen memberikan informasi tentang produk yang diinginkan konsumen. Begitu juga dengan konsumen, yang

memberikan informasi berupa masukan mengenai kriteria produk yang diinginkan. Berdasarkan yang dikemukakan oleh Kerby menjelaskan bahwa ada dorongan yang akan menimbulkan pengenalan kebutuhan konsumen. Jika situasi tidak bersifat rutin maka akan menimbulkan motivasi untuk melakukan kegiatan, mengevaluasi alternatif, serta dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Sehingga dapat menghasilkan suatu aktivitas yang bertujuan atau mengarah kepada pemuasan kebutuhan konsumen. Tindakan tersebut akan menjadi kebiasaan apabila dievaluasi sebagai tanggapan yang selalu dapat memuaskan secara optimal (Firmansyah, 2018).

D. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pandangan dimana individu memperkirakan berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan keputusan konsumen yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga, kualitas, selera, promosi, kemudahan, pendapatan, pelayanan dan lain sebagainya. Pengambilan keputusan oleh konsumen yang melakukan pembelian produk atau jasa tentunya diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan serta mengetahui adanya masalah yang ada kedepannya, sehingga konsumen akan melakukan beberapa langkah yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian (Irwansyah, *et.al.* 2021).

Setiap konsumen mengambil berbagai macam keputusan dalam pencarian, pembelian, penggunaan berbagai macam produk dan merek di setiap periode tertentu. Dalam keputusan konsumen yang menyangkut aktivitas sehari-hari seringkali harus dilakukan oleh setiap konsumen tersebut. Keputusan yang diambil konsumen seringkali dilakukan tanpa mereka sadari setiap hari dan periode tertentu. Pengambilan keputusan dalam proses pengintegrasian yang dikombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku kognitif dan memilih satu diantara yang lainnya (Saodah & Malia, 2017).

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan pengertian keputusan pembelian konsumen diantaranya yaitu Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa keputusan pembelian dapat dilihat berdasarkan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan melalui keputusan yang akan diambil, artinya bahwa setiap orang dapat membuat keputusan, dengan menyediakan beberapa alternatif pilihan. Keputusan konsumen ketika membeli objek yang diinginkan dapat mengarah pada proses pengambilan keputusan yang dilakukan terhadap objek tersebut. Berdasarkan pandangan Sahetapy

yang mengemukakan mengenai keputusan pembelian yang mengarah pada proses pengambilan keputusan untuk pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Sedangkan menurut Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari penganalisaan masalah dan keinginan, mencari informasi, penilaian sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah melakukan pembelian (Harahap, 2015).

Setiap konsumen pastinya memiliki tahapan ketika membeli suatu barang, tahapan yang dimaksud ini adalah pengenalan masalah, mencari alternatif, pembelian dan perilaku pasca pembelian. Beberapa tahapan tersebut digunakan untuk mengevaluasi perilaku setiap konsumen mulai dari pembelian sampai dengan pasca pembelian. Model pengambilan keputusan memberikan dampak bagi dunia pemasaran, karena dalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, individu dipengaruhi oleh banyak faktor dan hal tersebut tentu menjadi perhatian bagi pemasar untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan segmentasi mereka. Pemasar juga dapat memahami, bahwa dalam memproses informasi, tidak semua informasi diterima karena keterbatasan memori (Irwansyah, *et.al.* 2021). Dorongan konsumen agar membeli timbul ketika konsumen tersebut merasa tertarik dan menginginkan produk tersebut menjadi miliknya, menurut Howard dan Shay proses membeli (*buying intention*) akan melalui lima tahapan, yaitu :

1. Pemenuhan kebutuhan (*need*)
2. Pemahaman kebutuhan (*recognition*)
3. Proses mencari barang (*search*)
4. Proses evaluasi (*evaluation*)
5. Pengambilan keputusan pembelian (*decision*)

Informasi yang disediakan produk biasanya mendasari proses membeli sehingga akhirnya muncul suatu kebutuhan, di sini konsumen akan mempertimbangkan dan memahami kebutuhan tersebut, apabila penilaian konsumen pada produk sudah jelas maka konsumen akan memilih produk yang dimaksud, yang kemudian akan berlanjut pada evaluasi produk dan akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan untuk tidak membeli yang disebabkan produk tidak sesuai dan mempertimbangkan atau menunda pembelian pada masa yang akan datang (Dinawan, 2010).

E. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Kepribadian konsumen sangat perlu untuk diketahui, karena pokok dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda pula. Ada beberapa faktor yang dikemukakan oleh Kotler yaitu faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen seperti kebudayaan, faktor sosial, pribadi dan psikologis. Beberapa faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pelaku usaha yang seharusnya sangat penting untuk diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor – faktor keputusan konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.

Ada beberapa faktor yang juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian :

- i. Harga merupakan faktor dengan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa. Untuk penjelasan lebih luas lagi biasanya harga diartikan sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk menghasilkan keuntungan pada suatu produk atau jasa yang dimiliki atau digunakan (Suantara et al., 2014). Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa tersebut. Murah atau mahal nya harga suatu produk sifatnya relatif, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Maka dari itu dalam menetapkan harga, pemasar harus menyesuaikan harga dengan produk tersebut, sehingga dapat dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam keputusan pembelian produk yang ditawarkan Ufat, *et.al* (2021).
- ii. Selera merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, dimana pada faktor ini umumnya berubah dari waktu ke waktu. Apabila selera terhadap suatu produk atau jasa tinggi maka akan bertumbuh keputusan konsumen dalam pembelian produk dan jasa (Suantara et al., 2014). Selera konsumen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan konsumen untuk membeli produk atau jasa. Selera secara teoritik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan selera mencakup beberapa aspek yaitu kesan konsumen dalam pembelian, nilai guna produk, daya tahan produk, bentuk dari setiap produk, dan tampilan dari desain produk. Selera konsumen pada umumnya berubah-ubah dari waktu ke waktu. Meningkatnya selera konsumen terhadap produk yang ditawarkan pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap produk yang akan dibeli oleh konsumen, begitu pula

sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap produk yang ditawarkan pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap produk yang akan dibeli oleh konsumen itu sendiri (Ufat, *et.al.* 2017).

- iii. Kualitas produk merupakan faktor yang memiliki karakteristik produk atau jasa yang bersandar pada kemampuannya untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen yang telah dinyatakan atau diaplikasikan. Secara umum kualitas produk memiliki dua jenis manfaat yaitu fungsional dan psikologis. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu. Dalam kualitas ikan segar sangat memegang peranan penting dalam mempertahankan kesegarannya sebab tujuan utamanya merupakan faktor agar ikan yang telah ditangkap dapat dipertahankan selama mungkin. Untuk memperoleh ikan yang bermutu tentunya hal yang perlu diperhatikan adalah bekerja cepat, cermat, bersih dan pada suhu rendah. Hal-hal yang tentunya akan berpengaruh buruk terhadap ikan adalah kenaikan suhu, penanganan yang kurang baik dan penundaan waktu penanganan (Syafitri,*et.al.* 2016). Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai. Salah satu keunggulan dalam persaingan adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan konsumen maka produk tersebut akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan. Kualitas produk seharusnya bagian yang terpenting yang harus diperhatikan oleh produsen apabila menginginkan produk yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kecakapan, daya tahan, ketetapan, kemudahan dan perbaikan produk serta atribut lainnya. Hal ini dapat membantu konsumen dalam menentukan keputusan pembelian (Daga, 2017).
- iv. Pendapatan konsumen adalah permintaan yang merupakan keinginan konsumen dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Penghasilan merupakan faktor utama dan kemampuan untuk membayar konsumen. Untuk sebagian barang-barang, ketika penghasilan meningkat, maka permintaan barang juga akan meningkat. Pendapatan juga bagian dari komponen imbalan jasa atau penghasilan

yang pembagiannya didasarkan kepada berat ringannya tugas jabatan atau *direct compensation* dalam penentuan berat ringannya tugas jabatan di lingkup perusahaan (Situmorang, 2018). Pendapatan konsumen, saat ini merupakan ekonomi yang sangat memberikan pengaruh dalam memilih produk. Pemasar produk yang rentan terhadap pendapatan mengamati keinginan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Apabila indikator ekonomi membuktikan adanya kemunduran, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk mengatur ulang, memposisikan kembali dan mengonversikan harga produknya, Hal ini dapat membantu konsumen dalam penentuan keputusan pembelian jika ingin membeli suatu produk. Pendapatan setiap individu juga berbeda-beda dikarenakan tiap individu memiliki pekerjaan yang berbeda-beda pula (Salpidata, 2021).

F. PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan)

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) merupakan lokasi kegiatan kapal perikanan untuk mendaratkan hasil tangkapan, atau melakukan persiapan ketika melakukan kegiatan melaut. Di samping penjelasan tersebut, Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) juga sebagai pusat kegiatan produksi, pemasaran, pengolahan hasil dan pembinaan masyarakat perikanan. Pada dasarnya penggunaan PPI sebagai prasarana ekonomi yang dibangun dengan maksud menunjang tercapainya kegiatan pembangunan perikanan. Dengan adanya PPI dapat menimbulkan dampak penggandaan bagi pertumbuhan ekonomi lainnya dan membuat peningkatan terhadap kesejahteraan masyarakat (Hartanti, *et.al.* 2019).

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) ialah pengelompokan dari pelabuhan perikanan yang diklasifikasikan sebagai Pelabuhan Perikanan kelas D, yang selanjutnya disebut Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) ditetapkan berdasarkan kriteria teknis dan operasional (KEP. 45/MEN-KP/2014). Menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. PER.16/MEN/2006 mengemukakan bahwa pelabuhan perikanan mempunyai fungsi mendukung kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan, sampai dengan pemasaran (Amarullah, 2017).

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) yang ada di wilayah Lonrae Kabupaten Bone merupakan satu-satunya pelabuhan tipe D yang beroperasi di Kabupaten Bone dengan pelaksanaan sistem bisnis perikanan yang didukung oleh pemerintah. Peranan PPI yang sangat strategis dengan beberapa pengembangan usaha perikanan skala kecil atau tradisional membuat masyarakat nelayan dapat merasakan manfaatnya. PPI ini juga

sangat bermanfaat bagi masyarakat karena menjadi tempat yang sering dikunjungi untuk melakukan pembelian hasil perikanan tangkap (Merdekawati, *et.al*, 2019).

Mengenai bentuk penerapan fungsi Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) antara lain adalah pelayanan sandar dan labuh kapal perikanan dan kapal pengawas perikanan, pelayanan bongkar muat, pelaksanaan pembinaan mutu dan pengolahan hasil laut, pemasaran dan distribusi ikan, data tangkapan dan hasil perikanan, pelaksanaan penyuluhan dan pengembangan masyarakat nelayan, pelaksanaan pengawasan dan pengendalian sumberdaya ikan, pelaksanaan kesyahbandaran, pelaksanaan fungsi karantina ikan, publikasi hasil studi kelautan dan perikanan, pemantauan wilayah pesisir dan wisata bahari, dan pengendalian lingkungan. Sebagai fungsi pelayanan umum maka kegunaan pokok PPI adalah sebagai berikut (Amarullah, 2017) :

- i. Prasarana untuk memperlancar aktivitas produksi kapal perikanan, pengolahan dan pemasaran hasil perikanan serta pelayanan keperluan logistik.
- ii. Sebagai pusat pembangunan masyarakat nelayan seperti pembinaan dan penyuluhan cara-cara melakukan produksi yang baik.
- iii. Sebagai sentra pengembangan ekonomi perikanan setempat melalui pengembangan industri perikanan.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi bagian yang sangat penting untuk peneliti sebagai dasar dan pedoman untuk memahami penelitian ini. Ada beberapa penelitian yang telah melakukan penelitian serupa diantaranya yaitu :

Salpidata (2021) “Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Berbahan Ikan Tuna Dengan Sistem Pemasaran Online”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui marketplace mana yang paling banyak digunakan konsumen dan mengetahui karakteristik konsumen serta mengetahui faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian makanan berbahan ikan tuna pada sistem pemasaran online. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah simple random sampling. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data analisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan pengukuran keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan berbahan ikan tuna dengan sistem pemasaran online menggunakan skala likert. Interpretasi konsumen dalam melakukan pembelian secara online menunjukkan Gojek paling diminati dengan presentase 54.1% dengan Karakteristik responden yang melakukan pembelian ikan berbahan ikan tuna sebagian besar adalah perempuan dan berada pada kisaran umur 19-25 tahun, dimana pendidikan terakhir paling banyak adalah SMA, dengan pekerjaan responden terbanyak

adalah mahasiswa dan belum menikah. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berbahan ikan tuna adalah Marketplace, produk dan harga.

Hamzah, *et.al.* (2014) “Studi Pola Konsumsi Ikan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Pada Masyarakat Pegunungan Toraja”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola konsumsi ikan masyarakat Pegunungan Toraja dan untuk Mengetahui faktor – faktor yang dominan mempengaruhi keputusan membeli dan pola konsumsi ikan oleh masyarakat. Metode yang digunakan adalah metode survey, dengan menggunakan kuesioner dan entri jurnal harian. Responden adalah ibu rumah tangga, pemilihan sampel dilakukan secara random sampling yaitu 10% dari populasi rumah tangga di Lembang Gasing, jumlah responden sebanyak 71 orang. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil koefisien regresi, diperoleh hasil bahwa variabel pendapatan keluarga, dan selera konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dan jumlah konsumsi ikan. Kedua faktor ini mempunyai pengaruh sebesar 62 % terhadap pola konsumsi ikan. Sedangkan berdasarkan koefisien korelasi diperoleh nilai 0,787, berarti secara serentak kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat terhadap pola konsumsi ikan. Sementara berdasarkan uji hipotesis, kedua faktor tersebut memiliki pengaruh nyata dan hubungan yang signifikan terhadap pola konsumsi ikan keluarga masyarakat Pegunungan di Lembang Gaing.

Indrawati (2019) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ikan Hias Di Pasar Hobi Kota Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan hias di Pasar Hobi Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode pengambilan sampelnya yaitu dengan menggunakan rumus *linear time function* dengan jumlah responden sebanyak 48 orang. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil tanggapan konsumen terhadap setiap variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian berada dalam kategori tinggi. Hasil koefisien determinasi 0,869 berarti 86,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi variabel harga, lokasi, pelayanan dan produk. Sedangkan 13,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan variabel harga, lokasi, pelayanan dan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, pelayanan dan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ufat, *et.al* (2017) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Di PPI Kota Kendari" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap setiap variabel dan variabel yang dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan Kota Kendari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan jumlah sampel 38 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil tanggapan konsumen terhadap setiap variabel yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari berada dalam kategori tinggi. Hasil koefisien determinasi adalah 0,860, berarti 86% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel harga, selera, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen, sedangkan 14% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel selera, hal tersebut berdasarkan hasil uji t dimana nilai Beta untuk selera paling besar yaitu sebesar 0,387.

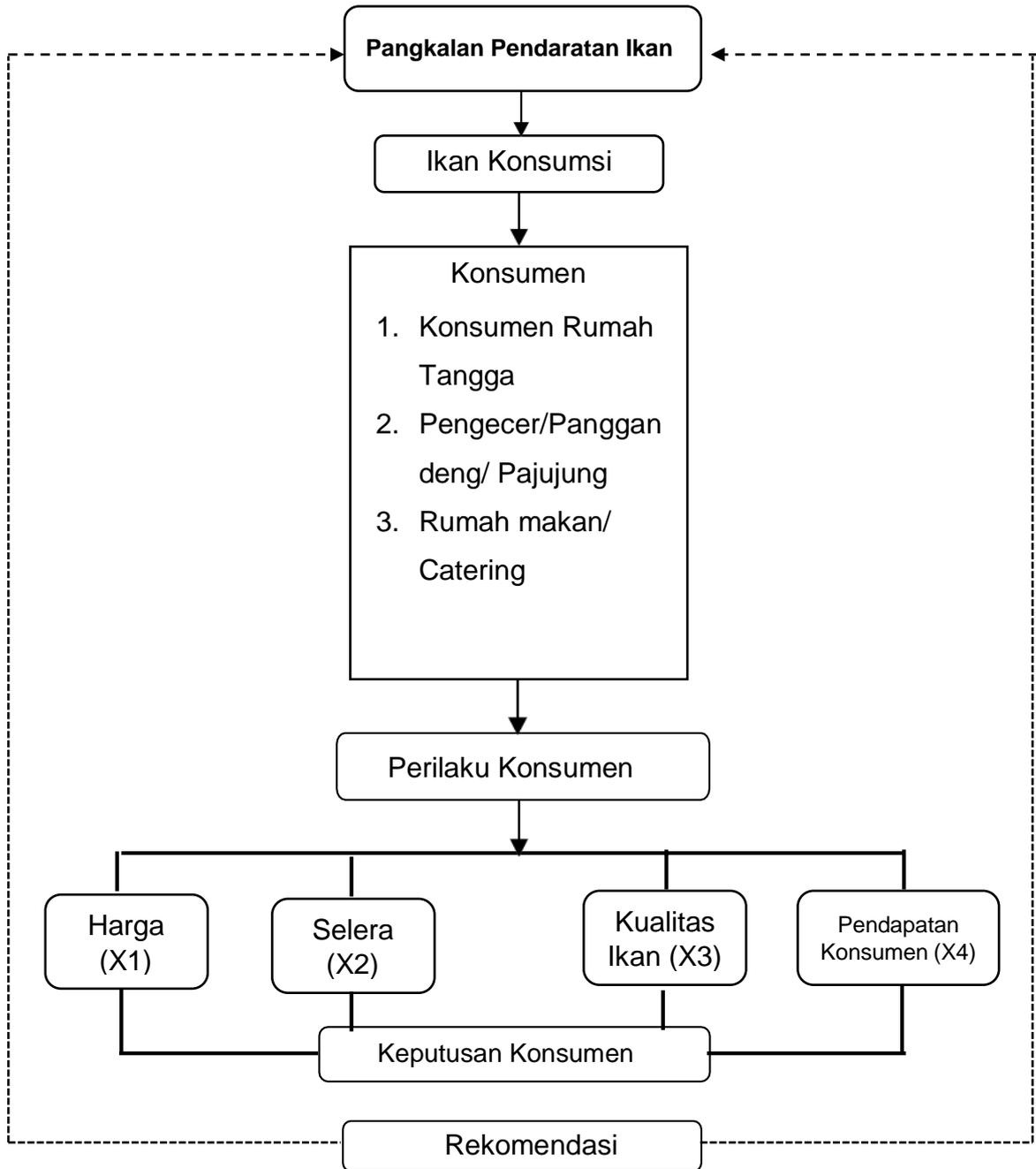
H. Kerangka Pikir

Pangkalan Pendaratan Ikan yang ada di Kabupaten Bone menjadi sarana untuk usaha perikanan dengan lokasi yang sangat strategis dan beberapa pengembangan usaha perikanan skala kecil atau tradisional membuat masyarakat nelayan dapat merasakan manfaatnya. PPI ini juga sangat bermanfaat bagi masyarakat karena menjadi tempat yang sering dikunjungi untuk melakukan pembelian hasil tangkapan nelayan. Jenis ikan laut yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah ikan yang di tangkap oleh nelayan, ikan konsumsi merupakan ikan yang sehari-harinya di konsumsi oleh manusia. Untuk jenis ikan konsumsi ini bisa dibagi lagi menjadi beberapa kelompok diantaranya, yaitu ikan yang berasal dari perairan laut. Sebelum melakukan transaksi jual beli para nelayan tentunya mengetahui siapa saja konsumen yang menjadi sasaran untuk hasil tangkapannya diantaranya yaitu konsumen akhir/rumah tangga, pengecer/paggandeng/pajujung dan rumah makan/catering yang memiliki beberapa pertimbangan khususnya melihat perilaku konsumen.

Dalam mengartikan perilaku konsumen sangat penting untuk memahami siapa konsumennya, karena tiap lingkungan akan berbeda dalam memenuhi kebutuhan,

pendapat, tingkah laku, dan kesukaan yang berlainan. Salah satu perilaku konsumen adalah keputusan konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk. Keputusan pembelian sangatlah berpengaruh dalam penentuan gerak dan langkah produsen untuk melakukan sebuah pemasaran. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen. Sebagian faktor yang timbul terkadang tidak diperhatikan oleh produsen atau pemasar tetapi pada hakikatnya mereka harus mempertimbangkan pengetahuan mereka mengenai faktor-faktor keputusan konsumen yang dapat mempengaruhi pembelian mereka. yang akan dianalisis melalui teknik analisis regresi linear berganda untuk mengetahui apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas yang telah dipaparkan, Pengaruh harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian ikan konsumsi di PPI Lonrae. Maka secara sistematis kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir