

**TINGKAT KONSUMSI OLAHAN IKAN KALENG SARDEN MEREK ABC PADA
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
DAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DI UNIVERSITAS
BRAWIJAYA**

SKRIPSI

**Oleh:
ANINDITA KUSUMASTUTI
NIM. 155080401111016**



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

**TINGKAT KONSUMSI OLAHAN IKAN KALENG SARDEN MEREK ABC PADA
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
DAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DI UNIVERSITAS
BRAWIJAYA**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS
PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan di
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh :
ANINDITA KUSUMASTUTI
NIM. 155080401111016



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

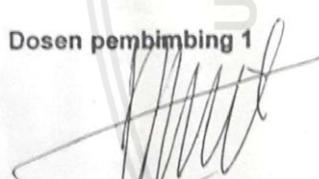
SKRIPSI

TINGKAT KONSUMSI OLAHAN IKAN KALENG SARDEN MEREK ABC PADA
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
DAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DI UNIVERSITAS
BRAWIJAYA

Oleh :
ANINDITA KUSUMASTUTI
NIM. 155080401111016

telah diperthankan didepan penguji
Pada tanggal 18 Juni 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

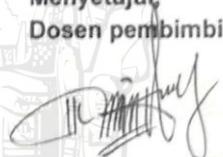
Dosen pembimbing 1


(Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP)

NIP. 19630511 198802 1 001

Tanggal: 10 JUL 2019

Menyetujui,
Dosen pembimbing 2


(Lina Asmara Wati, S.Pi, MP, MBA)

NIK. 201607 89117 2 001

Tanggal: 10 JUL 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK


(Dr. Ir. Edi Susilo, MS)

NIP. 19591206 198503 1 003

Tanggal: 10 JUL 2019

**Judul : Tingkat Konsumsi Olahan Ikan Kaleng Sarden Merek ABC Pada
Kalangan Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Dan
Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Di Universitas
Brawijaya**

Nama Mahasiswa : Anindita Kusumastuti

NIM : 155080401111016

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

PENGUJI PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP

Pembimbing 2 : Lina Asmara Wati, S.Pi., MP., MBA

PENGUJI BUKAN PEMBIMBING

Dosen Penguji 1 : Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP

Dosen Penguji 2 : Riski Agung Lestariadi, S.Pi.,MP.,MBA.,Ph.D

Tanggal Ujian : 18 Juni 2019

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah karena atas berkat rahmat dan nikmat-Nya, penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Lina Asmara Wati.,S.Pi.,MP.,MBA, selaku dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan laporan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Ucapan terima kasih khusus kedua orang tua saya, Bapak Lilik Suhariyadi dan Ibu Puspita Prabandari, serta kakak saya Dea yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk moral, spiritual, dan materil.
3. Keluarga besar saya yang ada di rumah yang selalu memberikan dukungan dalam skripsi saya.
4. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dek Ucha, Dek Farah, Dek Wildan, Mas Lucky, Mbak Pikhy, Mbak Nining yang telah membantu dan memberikan dorongan dan semangat, sehingga laporan ini bisa terselesaikan.
5. Ucapan penulis sampaikan kepada teman-teman saya Anggun Ngesti, Miftah, Fuzzy, Reta, Ambar, Dina Pratiwi, Novita, Agna, Tensi, dan teman-teman yang lainnya yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan laporan skripsi.

RINGKASAN

Anindita Kusumastuti. Tingkat Konsumsi Olahan Ikan Kaleng Sarden Merek ABC Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Dan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Di Universitas Brawijaya (Dibawah bimbingan **Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP dan Lina Asmara Wati, S.Pi., MP., MBA**).

Latar belakang dari penelitian ini adalah konsumsi makanan dapat mempengaruhi status gizi seseorang. Kurangnya konsumsi makanan baik secara kuantitas maupun kualitas pada segala usia dapat menyebabkan gangguan dalam proses produksi tenaga dan pertahanan tubuh. Gangguan dalam produksi tenaga dapat menyebabkan individu kekurangan tenaga untuk bergerak bekerja, dan melakukan aktivitas lainnya). Ikan menyumbang 60–70% dari kebutuhan protein hewani masyarakat. Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia, hal ini dikarenakan ikan mengandung protein yang cukup tinggi. Di era modern saat ini banyak sekali makanan siap saji yang memudahkan kita dalam mengkonsumsi suatu produk makanan. Salah satunya yaitu olahan ikan sarden kaleng, ikan kaleng sarden merupakan makan yang praktis dan mudah untuk diperoleh. Salah satu contoh merek ikan kaleng sarden yaitu ikan kaleng sarden merek ABC. Olahan ikan kaleng sarden merek ABC sudah tidak asing untuk kita, sarden ABC ini diproduksi oleh PT. Heinz ABC Indonesia. PT. Heinz sendiri merupakan perusahaan besar di Asia. PT. Heinz tidak hanya memproduksi ikan kaleng sarden namun juga memproduksi makanan-makanan lainnya. Objek dalam penelitian yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Hal yang mendasari dalam memilih objek penelitian ini dikarenakan pada dasarnya mahasiswa di FPIK mendapatkan ilmu mengenai perikanan sedangkan mahasiswa di FISIP tidak mendapatkan ilmu mengenai perikanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : mengetahui tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP di Universitas Brawijaya, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP di Universitas Brawijaya, dan menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP di Universitas Brawijaya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus dimana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada 44 responden per fakultas. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP di Universitas Brawijaya. Sedangkan yang menjadi sampelnya adalah sebagian mahasiswa FPIK dan FISIP yang berangkat 2015,2016, dan 2017. Teknik pengambilan sampel dengan *proportionate stratified random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, studi pustaka. Selanjutnya dari data yang diperoleh dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Dari hasil analisis data mahasiswa FPIK menggunakan regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$. Dari hasil analisis data mahasiswa FISIP menggunakan regresi linear

berganda diperoleh persamaan : $Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$.

Pada uji koefisien determinasi (R^2) pada mahasiswa FPIK didapatkan nilai sebesar 86,2% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 86,2%, sisanya yaitu 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan pada mahasiswa FISIP didapatkan nilai sebesar 82% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 82%, sisanya yaitu 18% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa secara simultan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP meliputi uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4) dan citra merek (X_5) secara signifikan mempengaruhi tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP. Hasil uji F FPIK didapatkan nilai $F_{hitung} 47,421 > F_{tabel} 2,46$ maka dapat disimpulkan bahwa independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi). Hasil dari uji F FISIP diperoleh nilai $F_{hitung} 34,639 > F_{tabel} 2,46$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi).

Dari data yang didapatkan pada uji t yang telah dilakukan pada tiap-tiap variabel independen pada FPIK dan FISIP diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai koefisien α paling besar diantara keempat variabel lainnya, maka dapat disimpulkan variabel harga adalah variabel yang paling dominan atau variabel yang berpengaruh dalam tingkat konsumsi sarden ABC di FPIK dan FISIP.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT atas seluruh limpahan rahmat dan hidayah-nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Curahan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang menuntun kita menuju jalan yang benar adanya.

Skripsi ini berjudul “Tingkat Konsumsi Olahan Ikan Kaleng Sarden Merek ABC Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Dan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di Universitas Brawijaya” yang mana disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Data yang diperoleh berasal dari observasi, kuesioner, dan studi pustaka yang diharapkan maupun menjadi sumber data akurat dalam penyusunan laporan.

Menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan referensi dalam penyusunan Skripsi ini, saya mengharapkan saran yang membangun dari pembaca. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Malang, Desember 2018

ANINDITA KUSUMASTUTI

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Waktu dan Tempat	8
2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Perilaku Konsumen	10
2.2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.3 Manfaat Ikan	18
2.4 Pengalengan Ikan	19
2.5 Kerangka Berpikir.....	20
3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian	22
3.3 Jenis Penelitian	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.5.1 Data Primer	26
3.5.2 Data Sekunder	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6.1 Observasi.....	27
3.6.2 Wawancara	28
3.6.3 Kuesioner.....	28
3.6.4 Studi Pustaka.....	29
3.7 Definisi Operasional	29
3.8 Pengukuran Variabel.....	31
3.9 Metode Analisa Data	32
4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
4.1 Universitas Brawijaya	40
4.2 Fakultas.....	44

4.2.1	Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan	44
4.2.2	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	48
5.	HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1	Tingkat Konsumsi Ikan Sarden ABC pada Mahasiswa FPIK dan FISIP	52
5.1.1	Karakteristik Jenis Kelamin Mahasiswa FPIK dan FISIP	52
5.1.2	Karakteristik Uang Saku Mahasiswa FPIK dan FISIP	53
5.1.3	Frekuensi Pembelian Ikan Kaleng Sarden ABC	54
5.1.4	Alasan Mahasiswa FPIK Dan FISIP Dalam Mengonsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC	55
5.1.5	Tempat Membeli Ikan Kaleng Sarden ABC	56
5.1.6	Kendala Dalam Mengonsumsi Ikan Sarden ABC.....	57
5.2	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC pada Mahasiswa FPIK dan FISIP	58
5.2.1	Uji Instrumen	58
5.2.2	Regresi Linear Berganda.....	61
5.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	67
5.2.4	Uji Statistik	73
5.2.5	Analisis Hasil Penelitian	80
5.3	Faktor Dominan pada Tingkat Konsumsi Ikan Sarden Mahasiswa FPIK dan FISIP	87
5.4	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Tingkat Konsumsi Sarden ABC	88
6.	KESIMPILAN DAN SARAN	98
6.1	Kesimpulan	98
6.2	Saran	99
	DAFTAR PUSTAKA.....	101
	LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	21
2. Hasil Uji Normalitas FPIK.....	69
3. Hasil Uji Normalitas FISIP.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Top Brand Award Index Ikan Kaleng Sarden Tahun 2012-2018	4
2.	Penelitian Terdahulu.....	9
3.	Perhitungan Jumlah Sampling Mahasiswa Berdasarkan Fakultas	25
4.	Perhitungan Jumlah Sampling pada Tingkat Angkatan.....	25
5.	Nilai Skala Likert.....	32
6.	Karakteristik Jenis Kelamin Mahasiswa FPIK dan FISIP	52
7.	Karakteristik Uang Saku Mahasiswa FPIK dan FISIP	53
8.	Frekuensi Pembelian Ikan Kaleng Sarden ABC.....	54
9.	Alasan Pembelian Ikan Kaleng Sarden ABC.....	55
10.	Tempat Pembelian Ikan Kaleng Sarden.....	56
11.	Kendala dalam Mengonsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC	58
12.	Hasil Uji Validitas FPIK	59
13.	Hasil Uji Validitas FISIP	60
14.	Hasil Uji Reliabilitas FPIK	61
15.	Hasil Uji Reliabilitas FISIP	61
16.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Mahasiswa FPIK	62
17.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Mahasiswa FISIP.....	64
18.	Uji Normalitas FPIK	68
19.	Uji Normalitas FISIP	68
20.	Hasil Uji Multikolinieritas FPIK	70
21.	Hasil Uji Multikolinieritas FISIP	70
22.	Hasil Uji Heterokedastisitas FPIK	71
23.	Hasil Uji Heterokedastisitas FISIP	71
24.	Hasil Uji Autokorelasi FPIK.....	72
25.	Hasil Uji Autokorelasi FISIP	72
26.	Hasil Uji Koefisien Determinasi FPIK.....	73
27.	Hasil Uji Koefisien Determinasi FISIP	73
28.	Hasil Uji F FPIK	74
29.	Hasil Uji F FISIP	75
30.	Hasil Uji t FPIK	76
31.	Hasil Uji t FISIP	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Hasil Uji Validitas FPIK	106
2. Hasil Uji Validitas FISIP	108
3. Hasil Uji Reliabilitas FPIK	110
4. Hasil Uji Reliabilitas FISIP	111
5. Hasil Uji FPIK	112
6. Hasil Uji FISIP	114



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl: 14).

Menurut Dahuri (2003), Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya perikanan dengan keanekaragaman spesies tertinggi di dunia. Pengkajian stok ikan di perairan Indonesia menunjukkan bahwa potensi lestari sumber daya perikanan Indonesia mencapai 6.4 juta ton/tahun. Dengan sumber daya tersebut, seharusnya bahan pangan khususnya protein hewani dapat tersedia dan dimanfaatkan dengan baik sehingga tidak terjadi masalah kekurangan gizi.

Konsumsi makanan dapat mempengaruhi status gizi seseorang. Kurangnya konsumsi makanan baik secara kuantitas maupun kualitas pada segala usia dapat menyebabkan gangguan dalam proses produksi tenaga dan pertahanan tubuh. Gangguan dalam produksi tenaga dapat menyebabkan individu kekurangan tenaga untuk bergerak bekerja, dan melakukan aktivitas lainnya. Sedangkan gangguan dalam hal pertahanan tubuh dapat menurunkan daya tahan tubuh dan menyebabkan seseorang mudah terserang penyakit (Wardlaw, 2004). Rendahnya konsumsi pangan atau kurang seimbangya masukan zat-zat gizi dari makanan yang dikonsumsi mengakibatkan terlambatnya pertumbuhan organ dan jaringan tubuh, terjadinya penyakit dan atau lemahnya daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit serta menurunnya kemampuan kerja. Hal ini

tentunya akan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia di masa yang akan datang.

Pola konsumsi seseorang berbeda-beda, tetapi secara umum dalam berkonsumsi orang akan mendahulukan kebutuhan pokok, baru kemudian memenuhi kebutuhan lainnya. Terpenuhinya kebutuhan karbohidrat mendorong masyarakat lebih berorientasi kepada menu yang lebih tinggi nilainya, yaitu protein hewani. Kebutuhan manusia terhadap protein hewani yang selalu meningkat berkaitan dengan kebutuhan manusia pada gizi (Aminah, 2005).

Pada negara Indonesia kebutuhan akan ikan dan produk olahannya terus meningkat sehingga merupakan peluang besar untuk mengembangkan sektor perikanan. Keadaan tersebut mencerminkan perlunya peningkatan produksi ikan hasil tangkapan dan budidaya.

Ikan merupakan sumber protein dan vitamin yang baik, termasuk vitamin A dan D (Speedy, 2003). Ikan menyumbang 60–70% dari kebutuhan protein hewani masyarakat. Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia, hal ini dikarenakan ikan mengandung protein yang cukup tinggi (Afrianto *et.al.*, 1989). Bagi tubuh protein berfungsi sebagai unit pembangun dalam biosintesa protein untuk keperluan pengganti jaringan tubuh yang rusak, serta pengatur dan pengontrol metabolisme tubuh (Suwetja, 2011).

Ikan lemuru (*Sardinella longiceps*) merupakan jenis ikan pelagis kecil lainnya mempunyai kandungan protein yang cukup tinggi (17,8- 20%). Harga ikan lemuru yang cukup murah dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan bergizi tinggi, terutama dalam mengatasi masalah gizi ganda. Minyak ikan lemuru merupakan sumber asam lemak rantai panjang dan mengandung asam lemak tidak jenuh dalam jumlah tinggi. Asam lemak tidak jenuh tersebut adalah linoleat, linolenat dan arachidonat yang merupakan asam lemak yang diperlukan oleh tubuh ayam. Ada dua macam lemak omega-3 yang dominan terdapat dalam

minyak ikan, keduanya adalah EPA dan DHA. Kedua jenis asam lemak inilah yang banyak peranannya dalam kesehatan (Prabowo, 2004).

Widyakarya Nasional Pangan dan Gizi VIII telah menetapkan patokan kecukupan konsumsi protein/kapita/hari adalah 52 gr protein dan yang berasal dari ikan untuk rata-rata penduduk Indonesia sebaiknya dapat memenuhi standar gizi yaitu 9 gr/hari. Secara nasional, rata-rata konsumsi protein asal ikan penduduk Indonesia kurang dari standar yang dipatok, yaitu 7.94 gr/hari dengan kisaran rata-rata konsumsi 1.91 gr/hari hingga 17.67 gr/hari (BPS, 2008).

Menurut Khomsan (2002), budaya makan ikan yang tinggi telah membuktikan terjadinya peningkatan kualitas kesehatan dan kecerdasan pada anak-anak di Jepang, karena gizi ikan yang banyak mengandung sumber protein, lemak dan tinggi kalsium.

Pengalengan merupakan salah satu cara untuk menyelamatkan bahan makanan, terutama ikan dan hasil perikanan lainnya, dari pembusukan. Dalam pengalengan ini daya awet ikan yang diawetkan jauh lebih bagus dibandingkan pengawetan cara lain. Namun dalam hal ini dibutuhkan penanganan yang lebih intensif serta ditunjang dengan peralatan yang serba otomatis. Sebab dalam proses pengalengan, ikan atau hasil perikanan lain dimasukkan dalam suatu wadah yang ditutup rapat agar udara maupun mikroorganisme perusak yang datang dari luar tidak dapat masuk. Selanjutnya wadah dipanasi pada suhu tertentu dalam jangka waktu tertentu pula untuk mematikan mikroorganisme yang ikut terbawa pada produk yang dikalengkan (Murniyati dan Sunarman, 2004).

Semakin berkembangnya zaman semakin canggih pula teknologi. Di era modern saat ini banyak sekali makanan siyap saji yang memudahkan kita dalam mengkonsumsi suatu produk makanan. Salah satunya yaitu olahan ikan sarden kaleng, ikan kaleng sarden merupakan makan yang praktis dan mudah untuk

diperoleh. Salah satu contoh merek ikan kaleng sarden yaitu ikan kaleng sarden merek ABC.

Olahan ikan kaleng sarden merek ABC sudah tidak asing untuk kita, sarden ABC ini diproduksi oleh PT. Heinz ABC Indonesia. PT. Heinz sendiri merupakan perusahaan besar di Asia. PT. Heinz tidak hanya memproduksi ikan kaleng sarden namun juga memproduksi makanan-makanan lainnya. Olahan ikan kaleng sarden ABC memiliki berbagai macam rasa sesuai dengan selera masyarakat, macam-macam rasa pada ikan kaleng ABC diantaranya yaitu ABC *Sardines* Saus Tomat, ABC *Sardines* Saus Cabai, dan ABC *Sardines* Saus Ekstra Pedas.

Sarden ABC selama 7 tahun berturut-turut selalu menempati posisi utama sebagai olahan ikan kaleng sarden pada Top Brand Award. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1 dibawah.

Tabel 1. Top Brand Award Index Ikan Kaleng Sarden Tahun 2012-2018

Merek	Tahun						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ABC	40,5%	46, 2%	49,5%	35,4%	46,6%	38,4%	43,8%
Botan	26,3%	28,6%	25,2%	29,4%	22,1%	32,0%	26,2%
Gaga	15,2%	10,9%	10,7%	17,4%	12,0%	13,6%	11,7%
Maya	11,4%	10,4%	10,2%	13,4%	11,3%	10,4%	9,3%

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>. diakses pada 26 November 2018

Dapat kita lihat pada tabel diatas produk ikan kaleng sarden empat merek diatas yaitu ABC, Botan, Gaga, dan Maya. Pada tabel diatas menunjukkan presentase dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2012 – 2014 presentase ikan kaleng sarden ABC meningkat, pada tahun 2015 presentase ikan kaleng sarden ABC menurun sebanyak 14,1%, pada tahun 2016

mengalami peningkatan, tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 8,2% dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan lagi. Meskipun sarden ABC mengalami penurunan hal ini tetap menjadikan sarden kaleng ABC menjadi unggulan diantara merek yang lain, dapat dikatakan sarden kaleng ABC memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Hal ini yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian menggunakan ikan kaleng sarden merek ABC.

Mahasiswa adalah peserta didik pada suatu universitas yang mempelajari satu disiplin ilmu pengetahuan. Mahasiswa merupakan sumber daya manusia (sdm) yang aktif dan produktif karena mahasiswa membutuhkan nutrisi dan untuk mewujudkan kebutuhan gizi dengan salah satu cara yaitu mengkonsumsi ikan (Bachtiar, 2008).

Mahasiswa sebagai kaum intelektual bangsa berkewajiban untuk meningkatkan mutu diri dan mutu bangsa dengan mempelajari suatu bidang ilmu selama menempuh pendidikan di kampus kemudian ilmu yang telah mereka kuasai melalui proses pendidikan di perguruan tinggi harus diimplementasikan dan diterapkan. Tidak hanya dituntut memiliki pengetahuan dan keterampilan, namun juga dituntut untuk memiliki sikap peduli terhadap lingkungan masyarakat.

Objek dalam penelitian yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Hal yang mendasari dalam memilih objek penelitian ini dikarenakan pada dasarnya mahasiswa di FPIK mendapatkan ilmu mengenai perikanan sedangkan mahasiswa di FISIP tidak mendapatkan ilmu mengenai perikanan. Mahasiswa di FPIK mendapatkan pengetahuan mengenai kandungan gizi pada ikan yang baik untuk dikonsumsi oleh manusia. Hal ini yang melatar belakani peneliti untuk melakukan penelitian. Selain itu juga untuk membandingkan tingkat konsumsi olahan ikan sarden merek ABC di kedua fakultas tersebut. Karena seperti yang kita tahu bahwa ikan kaleng sarden ABC

ini merupakan produk olahan ikan kaleng yang sangat terkenal di seluruh kalangan bahkan menjadi top brand selama tujuh tahun berturut-turut. Maka dari itu peneliti ingin melihat apakah data produk ikan kaleng sarden ABC ini benar-benar memiliki tingkat konsumsi yang tinggi atau tidak pada kalangan mahasiswa FPIK dan FISIP di Universitas Brawijaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pola konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya ?
3. Apa faktor dominan yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat dijabarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya

2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya
3. Menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi para peneliti dan perusahaan :

1. Peneliti

Sebagai bahan tambahan informasi dan pengetahuan mengenai pola konsumsi olahan ikan kaleng merek ABC. Untuk meningkatkan tingkat konsumsi ikan dikalangan mahasiswa. Serta sebagai bahan referensi dan informasi untuk penelitian kedepan.

2. Perusahaan

Dengan penelitian ini perusahaan sarden ABC bisa mengetahui bermacam-macam perilaku konsumen khususnya konsumen mahasiswa yang dibahas dalam penelitian ini. Sehingga data yang ada dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam hal peningkatan penjualan, dengan mengetahui faktor mana yang paling penting dalam menentukan keputusan pembelian sarden ABC pada konsumen mahasisiwa.

1.5 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 2 Januari tahun 2019 sampai dengan pada tanggal 14 Januari tahun 2019 di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya.



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini sebagai acuan pada penelitian ini. Adapun landasan penelitian terdahulu dilakukan karena memiliki beberapa kesamaan pada penelitian ini. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Dwi Cahyono (2005)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Studi kasus Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)	Regresi Linier Berganda	Hasil uji t yang dilakukan diketahui bahwa harga mempunyai nilai t hitung yang paling besar diantara ke lima variabel independen.
Melati Kasih (2017)	Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstick Matte Dengan (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)	Regresi Linier Berganda	Pada uji t didapatkan hasil bahwa citra merek dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh positif terhadap pembelian.
Al Muazin (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Bekas (Studi Kasus Kosnumen Sepatu Bekas Di Kendari Beach)	Regresi Linier Berganda	Secara parsial kualitas produk, harga, tempat dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen.
Dea Kusumawati (2017)	Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Perikana dan Ilmu Kelautan dan Mahasiwa Fakultas Kedokteran)	Regresi Linier Berganda	Faktor dominan pada mahasiswa FPIK dan FK dilihat dari hasil persamaan analisis regresi tertinggi pada daerah asal, sebesar 1,093 dan mahasiswa FPIK dan 1,361 untuk mahasiswa FK.

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menyangkut masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingannya dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam keputusan membeli setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli.

Dengan memahami perilaku konsumen, maka perusahaan dapat menentukan harga, mempromosikan produknya secara lebih baik, memberikan pelayanan serta fasilitas yang memuaskan dan dapat menentukan lokasi atau tempat di samping perusahaan akan dapat memahami tentang adanya peluang yang baru untuk pemenuhan kebutuhan dari konsumen yang merasa belum terpenuhi, yang selanjutnya memudahkan pihak perusahaan untuk mengidentifikasi mengenai cara untuk mengadakan segmentasi pasar.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu (Swastha dan Handoko, 2000).

Perilaku konsumen dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, yang pertama adalah untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli. Kedua, perilaku konsumen dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik. Misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut.

Aplikasi ketiga adalah dalam hal pemasaran sosial (*social marketing*), yaitu penyebaran ide di antara konsumen. Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan cepat dan efektif (Sunyoto, 2013).

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis Sunarto (2004).

2.2.1 Model Perilaku Konsumen

Macam-macam model perilaku konsumen yang sebagian diadaptasi dari Mangkunegara (2002), adalah :

1. The Howard and Sheth *Model of Buyer Behavior*

Model ini menunjukkan suatu proses dan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen sebelum dan sesudah terjadinya pembelian. Ada tiga variabel utama dalam model ini yaitu persepsi, belajar dan sikap. Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan bagaimana konsumen membandingkan dan memilih satu produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

2. Model Perilaku Konsumen Industri dari Sheth

Model ini merupakan pengembangan terhadap model perilaku konsumen dari Howard dan Sheth. Model ini merupakan model asli yang diaplikasikan untuk kelompok pembuat keputusan membeli dalam suatu organisasi. Sheth memberikan beberapa perhatian terhadap ketentuan bilamana keputusan membeli dilakukan bersama. Menurut Sheth, keputusan bersama lebih disukai apabila :

- a. Ada resiko yang cukup berat

- b. Pemakaian modal lebih besar daripada pembelian rutin,
 - c. Desakan waktu yang rendah,
 - d. Organisasi yang besar,
 - e. Organisasi yang didesentralisasi.
3. Model Perilaku Konsumen Industri dari Engel, Kollat dan Blackwell
- Model ini menerangkan komponen dasar model Engel, Kollat, Blackwell adalah stimulus, proses informasi, proses pengambilan keputusan, variabel proses pengambilan keputusan dan pengaruh lingkungan eksternal.
4. Model Perilaku Konsumen dari Kerby
- Model sederhana mengenai perilaku konsumen dikembangkan oleh Joe Kent Kerby. Stimulus akan menimbulkan pengenalan kebutuhan konsumen. Apabila situasi tidak bersifat rutin, akan timbul motivasi untuk melakukan kegiatan, mengevaluasi alternative dan dapat memuaskan kebutuhan. Mediational center merupakan pusat berfikir seluruh proses dalam bekerjanya variabel yang ada pada bagan. Variabel eksogen dari model Howard dan Sheth ditunjukkan pada model Kerby sebagai faktor manusia dan faktor sosial. Faktor manusianya adalah persepsi, sikap, belajar, kepribadian, perhatian, daya ingat dan keterbatasan ekonomi. Sedangkan faktor sosial adalah persaingan, tingkat sosial, kelompok anutan dan lingkungan budaya.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen menurut para ahli sangatlah berbeda-beda, salah satunya menurut Kotler (2007), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Karakteristik pembeli tadi juga dapat disebut sebagai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut secara lebih jelas, dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Faktor budaya, dalam faktor ini terbagi-bagi lagi budaya itu sendiri menjadi beberapa sub variabel, penjelasan mengenai sub-sub bagian tersebut adalah berikut ini:
 - a. Budaya, merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Meliputi kumpulan berbagai nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku, kebiasaan.
 - b. Sub-budaya, masing-masing dari budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil lagi. Dimana memberikan memberikan ciri lebih banyak dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub budaya meliputi: kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.
 - c. Kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, perilaku yang serupa.
2. Faktor Sosial, merupakan faktor yang timbul dari lingkungan sosial konsumen tersebut. faktor-faktor sosial meliputi, sebagai berikut:
 - a. Kelompok acuan, merupakan sebuah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, yang meliputi: rekan kerja, teman dekat, teman sekompunitas, kelompok keagamaan, dan sebagainya.
 - b. Keluarga, merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Disebabkan keluarga merupakan kumpulan orang-orang terdekat konsumen tersebut.

- c. Peran dan status, peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Sedangkan status adalah kedudukan seseorang dalam sebuah lingkungan.
3. Faktor individu, perilaku pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi sebagai berikut :
 - a. Usia dan tahap siklus hidup, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh usia konsumen tersebut, dan juga kebutuhan juga dipengaruhi oleh usia konsumen. Semakin tua maka kebutuhan akan semakin besar. Sedangkan tahap siklus hidup merupakan pembagian dari periode hidupnya.
 - b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, jenis pekerjaan sangat mempengaruhi pola kebutuhan, semakin baik jenis pekerjaan konsumen, maka tingkat kebutuhan dan keinginannya akan semakin besar. Lingkungan ekonomi juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen hal ini berkaitan dengan penghasilan, semakin besar penghasilan maka akan semakin besar pula kebutuhan.
 - c. Gaya hidup, merupakan pola hidup seseorang yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.
 - d. Kepribadian dan konsep diri, kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.
4. Faktor psikologis, dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa bagian psikologis seorang manusia, meliputi:

- a. Motivasi atau dorongan, merupakan dorongan dari diri sendiri untuk melakukan sebuah aktivitas. Dalam hal ini adalah dorongan untuk melakukan pembelian.
- b. Persepsi, merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
- c. Pembelajaran, meliputi perubahan perilaku yang terjadi pada diri seseorang yang didasarkan pada pengalaman.
- d. Keyakinan dan sikap, keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau merugikan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Yaitu pengaruh lingkungan yang terdiri dari; budaya, kelas sosial, keluarga, dan situasi. Pengaruh individu yang terdiri dari; motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Proses psikologis terdiri dari; pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap, dan perilaku. Ketiga faktor tersebut menambah minas utama dari penelitian konsumen sebagai faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian (Saladin, 2003).

Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya, meliputi beberapa faktor yaitu :

1. Uang saku

Uang saku atau pendapatan mahasiswa berasal dari beasiswa bagi mahasiswa yang mendapatkan beasiswa dan dari orang tua. Uang saku yang didapatkan mahasiswa dari orang tua mereka yang mereka terima dalam satu minggu atau dalam satu bulan. Uang saku tersebut akan digunakan oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan pangan maupun non pangan mereka. Setiap mahasiswa melakukan pengeluaran berbeda-beda disesuaikan dengan besar kecilnya uang saku dan dipengaruhi oleh karakteristik individu. Karakteristik individu meliputi usia, jenis kelamin, suku, agama, berat badan, dan tinggi badan.

Pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2005).

2. Pengetahuan

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengingat kembali informasi dengan lebih baik, (Sumarwan, 2003).

Menurut Sumarwan (2003), pengetahuan konsumen adalah Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Pengetahuan yang dimaksud disini adalah pengetahuan mahasiswa mengenai ikan dan kandungan gizinya.

3. Harga

Menurut Kotler (2007), menunjukkan pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku berbelanjanya.

Konsumen sering pula menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya. Barang dengan harga tinggi biasanya dianggap superior dan barang yang mempunyai harga rendah dianggap inferior (rendah tingkatnya). Ada kenyataanya bahwa harga yang sesuai dengan keinginan konsumen belum tentu sama untuk jangka waktu lama. Kadang-kadang konsumen lebih menonjolkan kesan daripada harga itu sendiri. Barang sejenis yang berharga murah justru dapat tidak dibeli oleh konsumen.

4. Kualitas

Semakin tinggi suatu kualitas produk maka akan menjadikan kepercayaan konsumen akan meningkat pada produk tersebut. Dengan adanya tingginya kepercayaan konsumen akan produk tersebut maka akan memungkinkan konsumen melakukan pemilihan dan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini disebabkan kualitas suatu produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan ini yang akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika konsumen merasa puas akan produk yang telah dibeli maka akan memperlihatkan kemungkinan konsumen membeli kembali produk tersebut (Kotler, 2004).

Adapun hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah kualitas produk akan berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian, karena dalam suatu keputusan konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja.

5. Citra Merek

Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli, bukan hanya sekedar simbol yang membedakan produk perusahaan tertentu dengan kompetitornya (Kotler, 2000).

Citra dibentuk untuk menguatkan posisi merek di benak konsumennya, karena merek yang kuat adalah kemampuannya untuk menciptakan persepsi konsisten berdasarkan hubungannya dengan pelanggan (Knapp, 2002).

Citra merek yang positif akan memberikan manfaat bagi produsen untuk lebih dikenal. Dengan kata lain, konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai citra yang baik. Begitu pula sebaliknya, jika citra merek negatif, konsumen akan membeli cenderung mempertimbangkan lebih baik jauh lagi ketika akan membeli produk.

2.3 Manfaat Ikan

Ada beberapa keunggulan jika kita mengkonsumsi ikan antara lain adanya zat pembangun dan zat pengatur. Hal ini dikarenakan pada tubuh ikan terdapat beberapa komponen yang dibutuhkan oleh tubuh seperti protein, vitamin, mineral dan lemak. Selain protein, ikan juga memiliki beberapa keunggulan seperti mudah dicerna, sehingga baik dikonsumsi mereka yang mengalami problem pencernaan. Hampir semua produk ikan mempunyai cita rasa lezat. Kelebihan lainnya mudah diolah sehingga proses pemasakan menjadi lebih cepat. Harga berbagai produk ikan pun kini makin murah sehingga makin menjangkau lapisan

bawah. Kecuali yang mengidap alergi, daging ikan dapat diterima oleh segenap lapisan masyarakat, baik ditinjau dari segi kesehatan, agama, maupun suku bangsa. Alergi sendiri terjadi karena ikan yang dikonsumsi telah mengalami kemunduran mutu. Jika kesegaran ikan betul-betul terjaga, alergi tidak akan terjadi. Jadi, sebenarnya memang tidak ada alasan untuk tidak mengkonsumsi ikan (Budianto, 2000).

Ikan merupakan sumber protein dan kalsium dengan kualitas tinggi. Kandungan gizi ikan ini sangat bagus untuk tulang dan gigi. Dari berbagai jenis ikan, ikan teri baik segar maupun kering mempunyai kandungan protein dan kalsium tertinggi (Wirakusumah, 2008).

2.4 Pengalengan Ikan

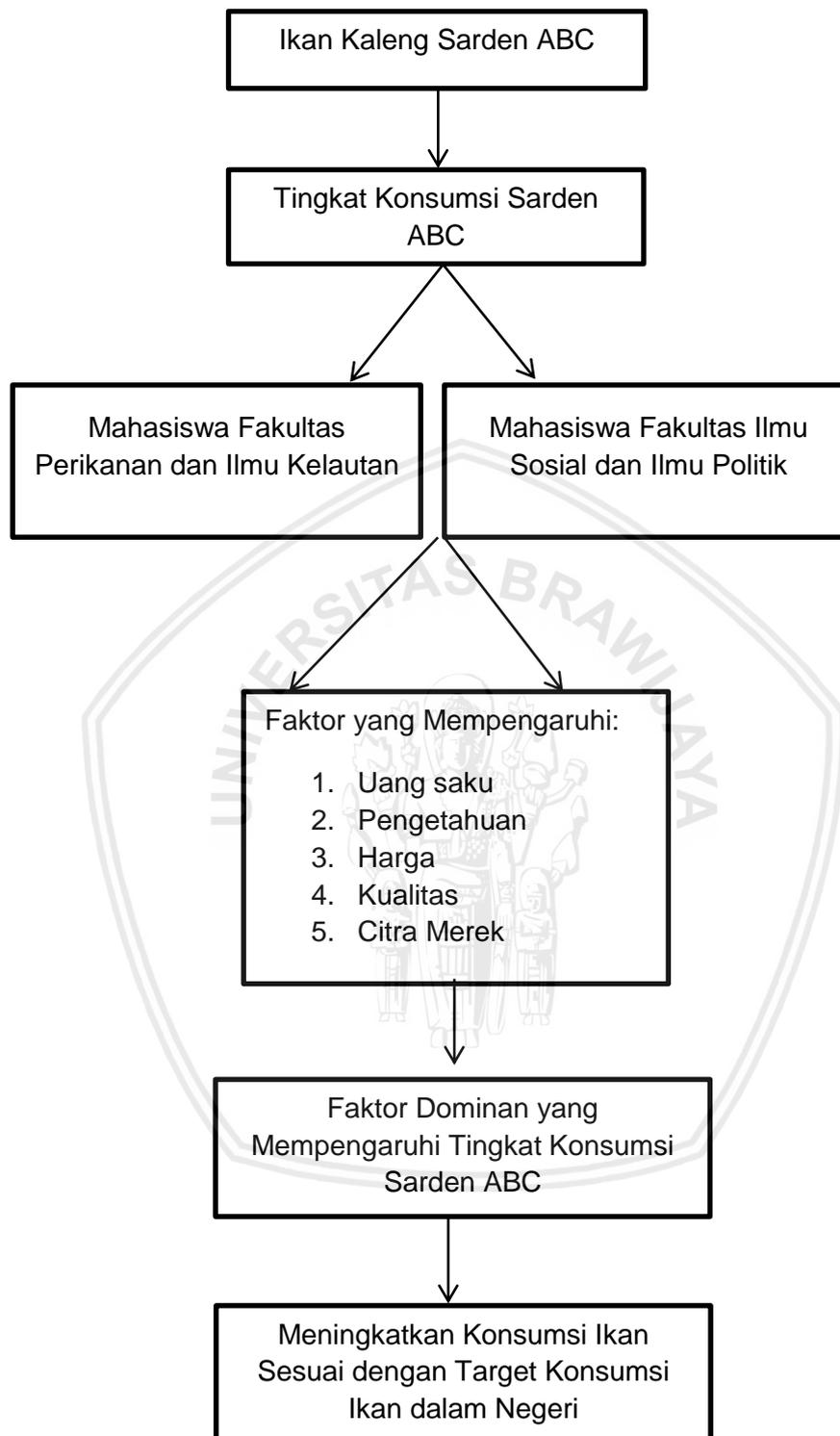
Pengalengan merupakan salah satu cara untuk menyelamatkan bahan makanan, terutama ikan dan hasil perikanan lainnya, dari pembusukan. Dalam pengalengan ini daya awet ikan yang diawetkan jauh lebih bagus dibandingkan pengawetan cara lain. Namun dalam hal ini dibutuhkan penanganan yang lebih intensif serta ditunjang dengan peralatan yang serba otomatis. Sebab dalam proses pengalengan, ikan atau hasil perikanan lain dimasukkan dalam suatu wadah yang ditutup rapat agar udara maupun mikroorganisme perusak yang datang dari luar tidak dapat masuk. Selanjutnya wadah dipanasi pada suhu tertentu dalam jangka waktu tertentu pula untuk mematikan mikroorganisme yang ikut terbawa pada produk yang dikalengkan (Murniyati dan Sunarman, 2004).

Banyak hal yang harus diperhatikan untuk menjaga mutu ikan kaleng. Mutu ikan kaleng tergantung pada kesegaran bahan mentah, cara pengalengan, peralatan, dan kecakapan serta pengetahuan pelaksana-pelaksana teknis, sanitasi dan hygiene pabrik dan lingkungannya. Kesegaran bahan mentah sangat penting dalam industri perikanan. Kesegaran adalah tolak ukur untuk

membedakan ikan yang jelek dan bagus kualitasnya. Berdasarkan kesegarannya, ikan dapat digolongkan menjadi empat kelas mutu, yaitu ikan dengan kesegaran baik sekali (prima), kesegaran masih baik, kesegarannya mulai mundur (sedang), dan ikan yang sudah tidak segar lagi (Widodo, 2001).

2.5 Kerangka Berpikir

Keputusan seorang konsumen dalam mengkonsumsi sebuah barang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, diantaranya faktor pribadi, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikologis. Faktor-faktor tersebut yang membuat suatu tingkat konsumsi pada setiap individu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan faktor-faktor yang mendasari penelitian pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden ABC adalah uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek. Faktor – faktor tersebut yang menjadi variabel bebas sedangkan variabel terikatnya adalah tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 2 Januari 2019 sampai pada tanggal 14 Januari 2019. Tempat penelitian dilakukan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya, Malang.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009) pengertian objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek pada penelitian ini yaitu pada mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya, Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa (FPIK) dan mahasiswa (FISIP).

3.3 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek suatu penelitian saat penelitian berlangsung. Jadi penelitian ini menggambarkan mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Brawijaya terhadap tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC.

Metode deskriptif terbagi menjadi dua yaitu deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata yang melatarbelakangi responden berperilaku (berpikir dan bertindak) (Usman dan Akbar, 2008). Sedangkan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2014) metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan rujukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya, Malang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Sugiyono, 2004). Sampel adalah sebagian dari jumlah data dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut berupa tanggapan atau persepsi dari pelanggan yang diperoleh melalui kuisioner dengan bentuk pertanyaan yang bersifat tertutup. Sampling banyak dilakukan dalam penelitian-penelitian, disebabkan karena adanya kebaikan-kebaikan. Diantaranya adalah menghemat waktu, biaya dan tenaga, memungkinkan penelitian yang merusak,

memungkinkan penelitian terhadap data yang jumlah populasinya tak terhingga (Pangestu Subagyo, 2004).

Pada penelitian ini responden yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Brawijaya Malang dengan strata angkatan tahun 2015, 2016, dan 2017. Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *proportionate stratified random sampling*.

Maka besarnya sampel dicari dengan menggunakan metode Slovin (Gendro W, 2011), yaitu menentukan sampel dengan menggunakan rumus :

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Dimana :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampling

e^2 = Batasan ketelitian yang diinginkan = 15% = 0,0225%

Jumlah mahasiswa FPIK angkatan 2015 sebanyak 986 orang, pada angkatan 2016 sebanyak 901 orang, dan angkatan 2017 sebanyak 689 orang. Jumlah total mahasiswa FPIK pada angkatan 2015, 2016, dan 2017 sebanyak 2.576 orang. Sedangkan pada mahasiswa FISIP angkatan 2015 sebanyak 1.292 orang, pada angkatan 2016 sebanyak 1.136 orang dan pada angkatan 2017 sebanyak 955 orang. Jumlah total mahasiswa FISIP pada angkatan 2015, 2016, dan 2017 sebanyak 3.383 orang. Hasil dari perhitungan menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 15% maka dapat diperoleh jumlah sampling tiap fakultas sebagai berikut:

Tabel 3. Perhitungan Jumlah Sampling Mahasiswa Berdasarkan Fakultas

FPIK	FISIP
$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$	$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$
$n = \frac{2576}{2576 \times 0,0225^2 + 1}$	$n = \frac{3.383}{3.383 \times 0,0225^2 + 1}$
$n = \frac{2576}{58,96}$	$n = \frac{3.383}{77,1175}$
$n = 44$	$n = 44$

Jumlah pengambilan sampling untuk mahasiswa FPIK sebanyak 44 orang responden. Sedangkan untuk mahasiswa FISIP didapatkan sebanyak 44 orang responden. Sampel akan diambil dengan teknik *proportionate stratified random sampling*. Berdasarkan tingkat angkatan dengan pengambilan responden secara random tidak berdasarkan program studi. Perhitungan jumlah sampling berdasarkan tingkat angkatan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 4. Perhitungan Jumlah Sampling pada Tingkat Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa FPIK	Jumlah Mahasiswa Sampling	Jumlah Mahasiswa FISIP	Jumlah Mahasiswa Sampling
2015	986	$\frac{986}{2.576} \times 44$ = 17	1.292	$\frac{1.292}{3.383} \times 44$ = 17
2016	901	$\frac{901}{2.576} \times 44$ = 15	1.136	$\frac{1.136}{3.383} \times 44$ = 15
2017	689	$\frac{689}{2.576} \times 44$ = 12	955	$\frac{955}{3.383} \times 44$ = 12
Jumlah	2.576	44	3.383	44

3.5 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data antara lain data primer dan data sekunder. Data tersebut digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga dari data yang telah diperoleh dapat diolah menjadi hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber data di lapangan. Jenis data primer yang dikumpulkan antara lain sejarah berdirinya usaha, teknik penyimpanan ikan dalam gudang, sarana dan prasarana usaha, permodalan, biaya-biaya produksi, pemasaran produk, penerapan fungsi manajemen dan faktor-faktor yang mempengaruhi usaha (Mardiana, 2013).

Pada penelitian ini data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Konsumsi ikan kaleng sarden ABC dalam 1 bulan
- b. Jumlah uang saku dalam 1 bulan
- c. Kesesuaian harga terhadap kualitas yang disajikan oleh produk tersebut
- d. Pengetahuan responden terhadap manfaat mengkonsumsi ikan
- e. Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sarden ABC

Data diatas diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden pada mahasiswa FPIK dan FISIP

3.5.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini melalui cara pengumpulan artikel, jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu (Sugiyono, 2010).

Data sekunder, merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data tersebut (Sarwono, 2006), data tersebut dapat diperoleh dari sumber bacaan yang bisa di dapat dari; buku, internet, jurnal ilmiah, laporan penelitian, skripsi, tesis, dan media massa.

Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan meliputi :

- a. Program studi yang ada pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- b. Visi dan misi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian pada penelitian ini menggunakan observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

3.6.1 Observasi

Observasi yaitu bahwa observasi berasal dari kata *observation* yang berarti pengamatan. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Dengan pengamatan peneliti dapat melihat kejadian sebagaimana subyek yang diamati mengalaminya, menangkap, merasakan fenomena sesuai pengertian subyek dan obyek yang diteliti (Djaelani, 2013).

Pada penelitian ini dilakukan observasi pada tempat penelitian di kedua fakultas yang menjadi objek penelitian yaitu Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik .

3.6.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila mahasiswa ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang ingin diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2014).

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur dengan mewawancarai secara langsung kepada narasumber dan responden terkait dengan tujuan penelitian ini.

3.6.3 Kuesioner

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik Kuesioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008).

Kuesioner terdiri dari beberapa bagian diantaranya yaitu pada bagian pertama mengenai identitas responden. Bagian kedua mengenai tingkat konsumsi responden meliputi jumlah konsumsi ikan kaleng sarden ABC dalam satu bulan, alasan mengapa responden mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC, tempat membeli sarden ABC, jenis varian rasa sarden ABC yang dikonsumsi, dan masalah yang dihadapi ketika konsumen mengkonsumsi sarden ABC. Bagian ketiga yaitu faktor yang mempengaruhi responden dalam mengkonsumsi dalam mengkonsumsi sarden ABC meliputi uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek. Hasil dari data kuesioner ini akan dijadikan bahan analisis.

3.6.4 Studi Pustaka

Studi pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat. Sebelum menulis karya ilmiah hendaknya sebelumnya memilih dan menemukan bahan bacaan yang membahas masalah tersebut. Sumber bacaan itu dapat berupa buku yang sudah diterbitkan, naskah yang belum diterbitkan, tabloid, majalah, surat kabar, atau analogi (Arfiyanti, 2014). Pada penelitian ini menggunakan studi pustaka dengan membaca buku, jurnal, dan penelitian ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

3.7 Definisi Operasional

Operasional variabel penelitian merupakan batasan pendefinisian dari serangkaian variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian, dengan maksud menghindari kemungkinan adanya makna ganda, sekaligus mendefinisikan variabel-variabel sampai dengan kemungkinan pengukuran dan cara pengukurannya (Abdul Hamid, 2007). Jadi, operasional variabel merupakan penjabaran atau penjelasan mengenai variabel-variabel yang ada, dan juga merupakan penjelasan-penjelasan mengenai variabel-variabel yang menjadi kajian dalam penelitian tersebut.

Pada penelitian ini yang digunakan yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas (*independent variabel*) pada penelitian ini adalah uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5). Sedangkan untuk variabel terikat (*dependent variabel*) adalah jumlah konsumsi ikan kaleng sarden ABC mahasiswa FPIK dan FISIP (Y).

Variabel yang digunakan pada penelitian ini diambil dari penelitian terdahulu, pada indikator uang saku diperoleh dari penelitian terdahulu oleh Putu Hendry pada tahun 2016 untuk variabel pengetahuan diperoleh dari penelitian terdahulu

oleh Dea Kusumawati pada tahun 2017. Sedangkan, pada indikator variabel harga, kualitas, citra merek dan jumlah konsumsi diperoleh dari penelitian terdahulu oleh Melati Kasih pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstick Matte Dengan (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Definisi dari oprasional variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uang saku (X_1), jumlah uang saku yang didapatkan oleh mahasiswa di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dengan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang didapatkan selama 1 bulan. Indikator dari variabel ini meliputi:
 - Penggunaan atau pemanfaatan uang saku
2. Pengetahuan (X_2), yang dimaksud dalam variabel ini adalah pengetahuan responden mengenai kesadaran responden terhadap manfaat gizi ikan untuk tubuh manusia. Indikator ini meliputi :
 - Pengetahuan dasar mengenai perikanan
 - Pengetahuan individu terhadap manfaat ikan
3. Harga (X_3), harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk. Adalah jumlah uang yang pelanggan bayar untuk mendapatkan produk tertentu. Indikator ini meliputi :
 - Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - Harga dibanding dengan merek lain
 - Harga yang relatif terjangkau
4. Kualitas (X_4), adalah nilai yang diberikan pada suatu merek atas kemampuannya dalam menjalankan fungsinya. Indikator ini meliputi :
 - Kualitas kemasan produk

- Merek yang mudah diingat konsumen
 - Kinerja produk
 - Produk pilihan utama kosumen
5. Citra Merek (X_5), Citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar dan/atau karakteristik pembuat dari produk atau merek tersebut. Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Indikator ini meliputi :
- Kemudahan dikenal pelanggan
 - Produk yang mudah ditemukan
 - Kepuasan menggunakan produk
6. Tingkat konsumsi sarden ABC (Y), jumlah konsumsi ikan kaleng sarden ABC dikalangan mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP, pada variabel Y ini diukur dengan jumlah konsumsi responden dalam 1 bulan.

3.8 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sanusi (2011), skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Modifikasi skala likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala likert meniadakan kategori jawaban yang ditengah berdasarkan tiga alasan yaitu:

1. Kategori tersebut biasanya memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujuapun tidak, atau bahkan ragu-ragu.

2. Tersedianya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab di tengah.
3. Maksud kategori STS-TS-S-SS adalah untuk melihat kecenderungan pendapat responden, kea rah tidak setuju atau arah setuju.

Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat alternatif jawaban yaitu:

Tabel 5. Nila Skala Likert

No	Pilihan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (SS)	4

Untuk pengisian kuesioner telah tersedia alternatif jawaban dari setiap item, sehingga responden dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dan keadaannya sendiri. Pengukuran yang digunakan untuk setiap item pertanyaan terdapat empat alternatif. Empat alternatif jawaban yang akan digunakan diberi skor 1 apabila responden menjawab sangat tidak setuju, 2 apabila responden memilih jawaban tidak setuju, 3 apabila responden menjawab setuju dan 4 apabila responden memilih jawaban sangat setuju.

3.9 Metode Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif.

a. Analisis Deskriptif Kualitatif

Data kualitatif bersifat tidak terstruktur, sehingga variasi data dari sumbernya mungkin sangat beragam. Penyebabnya adalah para partisipan atau karyawan yang terlibat dalam riset diberi kebebasan mengutarakan pendapat (Istijanto, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif untuk

melihat dan menjabarkan mengenai tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada responden.

b. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, baik parsial maupun simultan (Sunyoto, 2012). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005).

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dimana regresi ini digunakan untuk menentukan yang berkaitan dengan variabel terikat dan variabel bebas. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang mana akan dilakukan menggunakan aplikasi *software statistic*.

1. Spesifikasi Model

Variabel bebas (*independent variabel*) pada penelitian ini adalah uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5). Sedangkan untuk variabel terikat (*dependent variabel*) adalah jumlah konsumsi ikan kaleng sarden ABC mahasiswa FPIK dan FISIP (Y).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = jumlah konsumsi ikan kaleng sarden ABC

a = konstanta

b = koefisien

X_1 = uang saku

X_2 = pengetahuan

X_3 = harga

X_4 = kualitas

X_5 = citra merek

e = kesalahan pengguna

2. Estimasi Model

Model estimasi yang digunakan untuk memberikan pertimbangan analisis regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar variabel perlu dilakukan beberapa uji yaitu :

a. Uji Instrumen

• Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total (Sugiyono, 2004).

Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu *software statistic*, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2001).

- **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001).

b. Asumsi Klasik

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah penggunaan model regresi linear berganda dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model regresi linear berganda akan lebih tepat digunakan, jika memenuhi asumsi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas (Sunyoto, 2007).

- **Uji Normalitas**

Uji normalitas data yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak (Santoso, 2004). Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan kolmogrovsmirnov test dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 0,05. Uji ini dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Kriteria pengujian normalitas adalah sebagai berikut : Jika signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.

- **Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas untuk mengetahui adanya hubungan antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dalam model regresi. Jika dalam model terdapat multikolinearitas maka model tersebut memiliki

kesalahan standar yang besar sehingga koefisien tidak dapat ditaksir dengan ketepatan yang tinggi yang berarti koefisien-koefisiennya tidak dapat ditaksir dengan mudah. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Menurut Ghozali (2006) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen) dengan variabel terikat (variabel dependen) . Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak akan *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam regresi. Kedua dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas tersebut akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2005) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Akibat terjadinya heteroskedastisitas maka setiap terjadi perubahan pada variabel terikat mengakibatkan errornya (residual) juga berubah sejalan

atau kenaikan atau penurunannya. Dengan kata lain konsekuensinya apabila variabel terikat bertambah maka kesalahan juga akan bertambah. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser, apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

- **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang sempurna antara anggota-anggota observasi. Pendeteksiannya dengan menggunakan *Durbin Watson Test* (Gujarati 1991). Jika nilai *Durbin Watson* di antara d_U (*Durbin Watson maksimal*) dan $4-d_L$ (*Durbin Watson minimal*) maka tidak terjadi autokorelasi. Adapun pengambilan keputusan uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* adalah sebagai berikut :

1. Jika d (*Durbin Watson*) lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4-d_L)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terjadi autokorelasi.
2. Jika d (*Durbin Watson*) terletak diantara d_U dan $(4-d_U)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terjadi autokorelasi.
3. Jika d (*Durbin Watson*) terletak diantara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji Statistik

- **Koefisien Deterinasi (R^2)**

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001).

Menurut Gujarati (1993), koefisien determinasi R^2 memiliki 2 sifat yaitu;

1. R^2 merupakan besaran non negative
2. Batasan $0 \leq R^2 \leq 1$. Bila nilai R^2 bernilai 1, maka variabel bebas dan variabel tidak bebas memiliki kecocokan yang sempurna, sedangkan bila nilai R^2 bernilai 0, maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dan terikat.

- **Uji F**

Uji serentak (Uji F) adalah metode pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2007). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2009). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

- **Uji t**

Uji parsial (Uji t-student) adalah metode pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap

variabel terikat (Ghozali, 2007). Menurut Ghozali (2009), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$)



4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya merupakan universitas negeri yang berada di kota Malang provinsi Jawa Timur. Letak dari universitas Brawijaya sendiri ada di Jalan Veteran no 10, Kota Malang, Jawa Timur. Universitas Brawijaya didirikan pada tanggal 5 Januari tahun 1963. Pendirian dari Universitas Brawijaya ini sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 1 Tahun 1963. Secara resmi Universitas Brawijaya di kukuhkan pada tanggal 23 September 1963.

Pada awal mulanya Universitas Brawijaya ini tidak berstatus universitas negeri namun berstatus universitas swasta. Universitas ini berstatus swasta pada tahun 1957, yang dimana didalamnya terdiri dari dua fakultas, yaitu Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi yang merupakan cabang Universitas Swasta Sawerigading, Makasar. Kedua fakultas itu perkembangannya nampak kurang mengembirakan, sehingga di kalangan mahasiswa timbul keresahan.

Beberapa orang dan tokoh mahasiswa yang menyadari hal ini kemudian mengadakan pendekatan-pendekatan kepada para pemuka masyarakat. Akhirnya, pada suatu pertemuan yang mereka lakukan di Balai Kota Malang pada tanggal 10 Mei 1957, tercetus gagasan untuk mendirikan sebuah Universitas kotapraja (*Gemeentelijke Universiteit*) yang diharapkan lebih dapat menjamin masa depan para mahasiswa.

Sebagai langkah pertama ke arah itu, dibentuklah Yayasan Perguruan Tinggi Malang pada tanggal 28 Mei 1957, yayasan ini kemudian membuka Perguruan Tinggi Hukum dan Pengetahuan Masyarakat (PTHPM) pada tanggal 1 Juli 1957. Mahasiswa dan dosen PTHPM terdiri dari bekas mahasiswa dan

dosen Fakultas Hukum Universitas Sawerigading. Hampir bersamaan dengan itu, pada tanggal 15 Agustus 1957 sebuah yayasan lain, yakni Yayasan Tinggi Ekonomi Malang mendirikan Perguruan Tinggi Ekonomi Malang (PTTEM). Pada perkembangan berikutnya, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kotapraja Malang dengan sebuah keputusan tertanggal 19 Juli 1958 mengakui PTHPM sebagai milik Kotapraja Malang. Pada peringatan Dies Natalis III PTHPM tanggal 1 Juli 1960, diresmikan pemakaian nama Universitas Kotapraja Malang. Universitas itu kemudian mendirikan Fakultas Administrasi Niaga (FAN) pada tanggal 10 Nopember 1960.

Pada acara Peringatan Dies Natalis IV Universitas Kotapraja Malang, nama universitas ini diganti menjadi Universitas Brawijaya. Nama ini diberikan oleh Presiden Republik Indonesia melalui kawat nomor : 258/K/1961 tanggal 11 Juli 1961. Selanjutnya pada tanggal 3 Oktober 1961 diadakan penggabungan antara Yayasan Perguruan Tinggi Ekonomi Malang yang mengasuh PTTEM ke dalam sebuah yayasan baru yang bernama Yayasan Universitas Malang.

Atas dasar penggabungan ini Universitas Brawijaya memiliki 4 fakultas, yakni Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat (FHPM) yang semula PTHPM, Fakultas Ekonomi (FE) yang semula bernama PTTEM, Fakultas Administrasi Niaga (FAN) dan Fakultas Pertanian (FP). Penggabungan tersebut adalah salah satu usaha yang harus ditempuh untuk memperoleh status negeri bagi Universitas Brawijaya, karena sebelum itu walaupun diakui sebagai milik Kotapraja Malang, semua pembiayaan universitas masih menjadi tanggung jawab yayasan. Guna memenuhi syarat penegerian, maka pada tanggal 26 Oktober 1961 Universitas Brawijaya mendirikan sebuah fakultas baru yakni Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan (FKHP).

Usaha yang dirintis selama beberapa tahun tersebut akhirnya menemui titik terang. Dalam sebuah pertemuan antara Panglima Daerah Militer VIII

Brawijaya, Presiden Universitas Brawijaya, Presiden Universitas Tawangalun (Jember) serta Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan pada tanggal 7 Juli 1962, ternyata Menteri PTIP menyanggupi untuk menegerikan Universitas Brawijaya secara bertahap. Yang akan dinegerikan pertama adalah fakultas-fakultas eksakta, sedangkan fakultas sosial masih dalam pertimbangan.

Dengan Surat keputusan Menteri PTIP Nomor 92 tertanggal 1 Agustus 1962 Fakultas Pertanian dan Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan diberi status negeri, terhitung sejak tanggal 1 Juli 1962 dan berada di bawah naungan Universitas Airlangga. Sambil menunggu proses selanjutnya, pada tanggal 30 September 1962, Fakultas Administrasi Niaga diubah namanya menjadi Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK), untuk menyesuaikan diri dengan Undang-Undang Perguruan Tinggi Nomor 22 Tahun 1961.

Perkembangan selanjutnya, sesuai dengan dinamika keilmuan dan regulasi di bidang Pendidikan Tinggi, pada tahun 1982 FKK secara resmi berubah menjadi Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) berdasarkan PP No. 27 Tahun 1982 tentang Penataan Fakultas pada Universitas/Institut Negeri.

Sementara itu di Probolinggo pada tanggal 28 Oktober 1961 dibuka sebuah Perguruan Tinggi Jurusan Perikanan Laut oleh Yayasan Pendidikan Tinggi Probolinggo. Jurusan ini kemudian menjadi salah satu jurusan dari Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan, yakni berdasarkan Surat Keputusan Menteri PTIP No. 163 Tahun 1963 Tanggal 25 Mei 1963.

Pada tanggal 5 Januari 1963, Universitas Brawijaya dengan seluruh fakultasnya dinegerikan dengan Keputusan Menteri PTIP Nomor 1 Tahun 1963. Fakultas Pertanian serta Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan yang semula berada di bawah naungan Universitas Airlangga dikembalikan ke Universitas Brawijaya. Selain itu diresmikan pula cabang-cabang Universitas Brawijaya di Jember, yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Pendidikan, dan

Fakultas Kedokteran. Cabang di Jember ini semula adalah fakultas-fakultas dari Universitas Tawangalun. Dengan Surat Keputusan Menteri PTIP Nomor 97 Tahun 1963 Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan di Kediri, terhitung sejak tanggal 15 Agustus 1963 ditetapkan sebagai cabang Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan Universitas Brawijaya. Surat Keputusan Menteri PTIP tentang penegerian itu telah dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1963 yang berlaku sejak tanggal 5 Januari 1963. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan sebagai hari lahir (Dies Natalis) Universitas Brawijaya.

Visi adalah pandangan jauh tentang suatu perusahaan ataupun lembaga, visi juga dapat di artikan sebagai tujuan perusahaan atau lembaga dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuannya tersebut pada masa yang akan datang atau masa depan. Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan atau lembaga dalam usaha mewujudkan visi tersebut. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan-batasan proses pencapaian tujuan. Visi dan Misi dari Universitas Brawijaya diantaranya yaitu :

Visi

Menjadi universitas unggul yang berstandar internasional dan mampu berperan aktif dalam pembangunan bangsa melalui proses pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasional agar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan/atau profesi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan/atau berkemampuan entrepreneur.
2. Melakukan pengembangan dan penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta mengupayakan penggunaannya untuk

meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

4.2 Fakultas

Secara umum fakultas diartikan sebagai sebuah divisi dalam sebuah universitas yang terdiri dari suatu area subyek, atau sejumlah bidang studi terkait. Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan fakultas yang dibahas pada bagian ini meliputi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Pada sub bab dibawah akan dijelaskan bagai mana sejarah dan kondisi umum dari kedua fakultas tersebut.

4.2.1 Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) bermula dari Perguruan Tinggi Jurusan Perikanan Laut didirikan pada tanggal 28 Oktober 1962 oleh Yayasan Pendidikan Probolinggo. Sejak 25 Mei 1963, melalui Surat Keputusan Menteri PTIP No.163 Tahun 1963, Perguruan Tinggi Jurusan Perikanan Laut tersebut menjadi salah satu Jurusan pada Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan (FKHP) Universitas Brawijaya yang berkedudukan di Malang, sedangkan Jurusan Perikanan Laut masih tetap berkedudukan di Probolinggo.

Pada akhir tahun 1970, FKHP Universitas Brawijaya mempunyai jurusan baru yaitu Jurusan Kedokteran Hewan yang berkedudukan di Surabaya. Dengan demikian FKHP Universitas Brawijaya memiliki tiga jurusan yaitu Peternakan, Perikanan Laut dan Kedokteran dengan Universitas Airlangga di Surabaya, sedangkan Jurusan Perikanan Laut berubah menjadi Jurusan Perikanan. Guna memudahkan pengelolaan dan pengembangannya, maka sejak tahun 1972 itu pula Jurusan Perikanan secara bertahap dipindahkan ke Malang.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 0220/0/1973, sejak tanggal 1 Januari 1973, FKHP dirubah menjadi Fakultas

Peternakan (FAPET) yang berdasarkan Surat Keputusan Rektor No. 51/SK/1977 memiliki dua jurusan yaitu : Peternakan dan Perikanan. Sejak tanggal 5 Juli 1977, Fakultas Peternakan diubah menjadi Fakultas Peternakan dan Perikanan. Perkembangan selanjutnya, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 27 tahun 1982 dan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 59 tahun 1982 tentang Susunan Organisasi Universitas Brawijaya, maka Fakultas Peternakan dan Perikanan menjadi dua Fakultas, yaitu: Fakultas Peternakan dan Fakultas Perikanan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0174/0/1983 tentang Penataan Jurusan pada Fakultas di lingkungan Universitas/Institut Negeri dan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 118/Dikti/1984 tentang jenis dan jumlah Program Studi di setiap Jurusan pada Fakultas di lingkungan Universitas Brawijaya, maka Fakultas Perikanan ditetapkan memiliki satu jurusan yaitu Jurusan Manajemen Sumber Daya Perikanan dengan membawahi tiga Program Studi yaitu: Program Studi Manajemen Sumber Daya Perairan, Program Studi Pengolahan Hasil Perikanan, dan Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan. Dua Program Studi lainnya yaitu Program Studi Budidaya Perairan (BP) dan Program Studi Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan (PSP) disahkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan tinggi (DIKTI) pada tahun 1996.

Pada tahun 1995 Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya pernah mendirikan Program Diploma (D-III) Agribisnis Perikanan. Kemudian pada tahun 1996 berdiri lagi Program Diploma (D-III) Nautika, tetapi sejak tahun 1999 tidak menerima mahasiswa.

Sejak Tanggal 7 Juli 1996 Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya ditetapkan memiliki satu jurusan dan lima program studi melalui Surat Keputusan

Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan No. 251/DIKTUKEP/1996, yaitu sebagai berikut:

Jurusan : Manajemen Sumber Daya Perikanan (MSP)

Program Studi : 1. Manajemen Sumber Daya Perairan (MSP)

2. Teknologi Hasil Perikanan (THP)

3. Sosial Ekonomi Perikanan (SEP)

4. Budidaya Perairan (BP)

5. Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan (PSP)

Pada tahun 2001, dengan Surat Keputusan Departemen Pendidikan Nasional, Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi No. 2534/D/T/2001 tanggal 2 Agustus 2001, Fakultas Perikanan mendapat ijin untuk menyelenggarakan program pendidikan Strata 2 (S2) dengan nama Program Studi Budidaya Perairan.

Pada perkembangan selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Brawijaya tanggal 27 Februari 2006 nomor: 30/SK/2006 dan Surat Direktur Pasca Sarjana Universitas Brawijaya No. 692/SK/2006 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya pengelolaan Pasca Sarjana Universitas Brawijaya secara berangsur-angsur kembali ke Fakultas masing-masing sesuai dengan bidang studinya. Dengan demikian, mulai tahun akademik 2006/2007 penyelenggaraan Program Magister Budidaya Perairan ditangani oleh Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan untuk menghasilkan lulusan yang profesional dalam menerapkan prinsip eksplorasi, eksploitasi dan manajemen sumberdaya perikanan dan kelautan, maka sejak tanggal 2 Oktober 2006 dibentuklah Jurusan Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan dan Kelautan (PSPK) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 226/D/O/2006. Pembentukan Jurusan PSPK ini kemudian disusul

dengan pembentukan Program Studi S1 Ilmu Kelautan yang pada tahun 2008 mendapatkan SK ijin operasional No. 2953/D/T/2008. Dengan dibentuknya Jurusan PSPK dan Program Studi Ilmu Kelautan serta berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Brawijaya Malang No. 041/SK/2008, maka Fakultas Perikanan diubah menjadi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan.

Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 942/D/T/2008 tanggal 31 Maret 2008 dan Surat Keputusan Rektor Universitas Brawijaya No. 092/SK/2008 tanggal 10 April 2008, dibentuklah Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Dengan terbentuknya jurusan baru ini maka Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan memiliki 3 (tiga) jurusan dan 6 (enam) program studi yaitu:

1. Jurusan : Manajemen Sumber Daya Perikanan (MSP)
Program Studi : 1) Manajemen Sumber Daya Perairan (MSP)
2) Teknologi Hasil Perikanan (THP)
3) Budidaya Perairan (BP)
2. Jurusan : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan dan Kelautan (PSPK)
Program Studi : 1) Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan (PSP)
2) Ilmu Kelautan
3. Jurusan : Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan (SEPK)
Program Studi : 1) Agrobisnis Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya mulai membuka pendaftaran mahasiswa baru Program Doktor Ilmu Perikanan dan Kelautan pada Semester Ganjil tahun akademik 2008/2009 dengan surat ijin Rektor Universitas Brawijaya tanggal 22 April 2008 nomor 1357/ J10/AK/2008 dan diperkuat Surat Dirjen Dikti Depdiknas nomor: 69/D/T/2009 tanggal 2 Januari

2009 tentang Ijin Penyelenggaraan Program Studi Baru Universitas Brawijaya (FPIK, 2019).

4.2.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial didirikan pada tanggal 29 Februari 2008 dengan SK Dikti Nomor : 536/D/T/2008, tentang Usul Pembukaan Fakultas Ilmu Sosial pada Universitas Brawijaya dan ditetapkan dengan SK Rektor tertanggal 8 April 2008 nomor : 090/SK/2008 tentang Pendirian Fakultas Ilmu Sosial Universitas Brawijaya dengan 2 jurusan dan 4 program studi yaitu Jurusan Sosiologi dengan Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Komunikasi dengan Program Studi Ilmu Komunikasi, program studi Psikologi, Program Studi Hubungan Internasional.

Pembentukan Fakultas Ilmu Sosial berawal dari Program Ilmu Sosial yang bermula dari gagasan Rektor (Prof. Dr. Eka Afnan Troerna, SE) dan Dr. Ir. Darsono Wisadirana, MS serta Pembantu Rektor I (Prof. Dr. Ir. Yogi Sugito). Dari gagasan tersebut kemudian dilakukan pertemuan bertiga secara intensif untuk membahas dan mematangkan gagasan tersebut. Dari hasil pertemuan intensif dibentuklah tim kecil yang terdiri dari Prof. Dr. Ir. Yogi Sugito sebagai Penasehat dan Pengarah, Dr. Ir. Darsono Wisadirana, MS. sebagai koordinator, Dr. Ir. Sanggar Kanto, MS. sebagai wakil koordinator dan Ir. Edi Sudilo, MS. sebagai sekretaris. Tim kecil ini bertugas untuk menghimpun dan mengadakan pertemuan antara dosen-dosen bidang ilmu sosial yang ada di seluruh Fakultas di Universitas Brawijaya guna membahas rencana pendirian fakultas baru yaitu Program Ilmu Sosial.

Tanggal 22 April 2002 melalui Surat Tugas Rektor yang ditandatangani oleh Pembantu Rektor I atas nama Rektor (Prof. Dr. Ir. Bambang Guritno) Nomor 0. 956/J10/AK/2002 dibentuk tim penyusun proposal studi kelayakan pendirian Program Ilmu Sosial yang diketuai oleh Dr. Ir. Darsono Wisadirana, MS

dengan wakil ketua Dr. Ir. Sanggar Kanto, MS., Sekretaris Ir. Edi Susilo, MS., Koordinator PS. Sosiologi Dr. Ir. Eliezer Ginting, MS., Sekretaris PS. Ir. Suprih Bambang Siswijono, MS, anggota Drs. Abdul Hakim, MS (aktif diawal penyusunan studi kelayakan) dan Dr. Ir. Kliwon Hidayat, MS.; Koordinator PS. Ilmu Komunikasi adalah Dr. Ir. Sugiyanto, MS., Sekretaris Ir. Ismadi, MS., Anggota : Drs. Suryadi, MS dan Reza Safitri, S.Sos. Melalui SK Dirjen Dikti Nomor 989/D2/2003 tanggal 29 Mei 2003 usulan pembukaan Program Ilmu Sosial dengan dua Program Studi dinyatakan bisa dibuka.

Pada tanggal 13 Nopember 2003 dengan SK Dirjen Dikti Depdiknas Nomor 3545/D/T/2003, kedua program studi mendapatkan Ijin Penyelenggaraan. Untuk mewadahi kedua program studi tersebut, Rektor Nomor : 002A/SK/2004 tanggal 3 Pebruari 2004 membentuk suatu wadah yang disebut dengan Program Ilmu Sosial yang berkedudukan di Universitas Brawijaya dan berada dibawah langsung oleh Rektor sebagai penanggung jawab. Kemudian untuk mengelola Program Ilmu Sosial tersebut, melalui Surat Keputusan (SK) Rektor No. 082/SK/2004 Tanggal 2 Juli 2004 ditetapkan Struktur Organisasi dan Pengelola Program Ilmu Sosial dengan mengangkat dan memberi tugas kepada Rektor sebagai Penanggung Jawab; Pembantu Rektor I, Pembantu Rektor II, Pembantu rektor III dan Pembantu Rektor IV. sebagai Pembina 1) Dr. Ir. Darsono Wisadirana, MS, sebagai Ketua Program Ilmu Sosial; 2) Ir. Edi Susilo, MS sebagai Sekretaris Program Ilmu Sosial; 3) Prof. Dr. Ir. Eliezer Ginting, MS. sebagai Ketua Program Studi Sosiologi dan 4) Prof. Dr. Ir. Sugiyanto, MS. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Adapun warna dasar dari Program Ilmu Sosial ditetapkan berwarna oranye.

Pada Tahun Akademik 2004/2005 Program Ilmu Sosial dibuka dan mulai menerima mahasiswa baru untuk Program Studi Sosiologi dan Program Studi

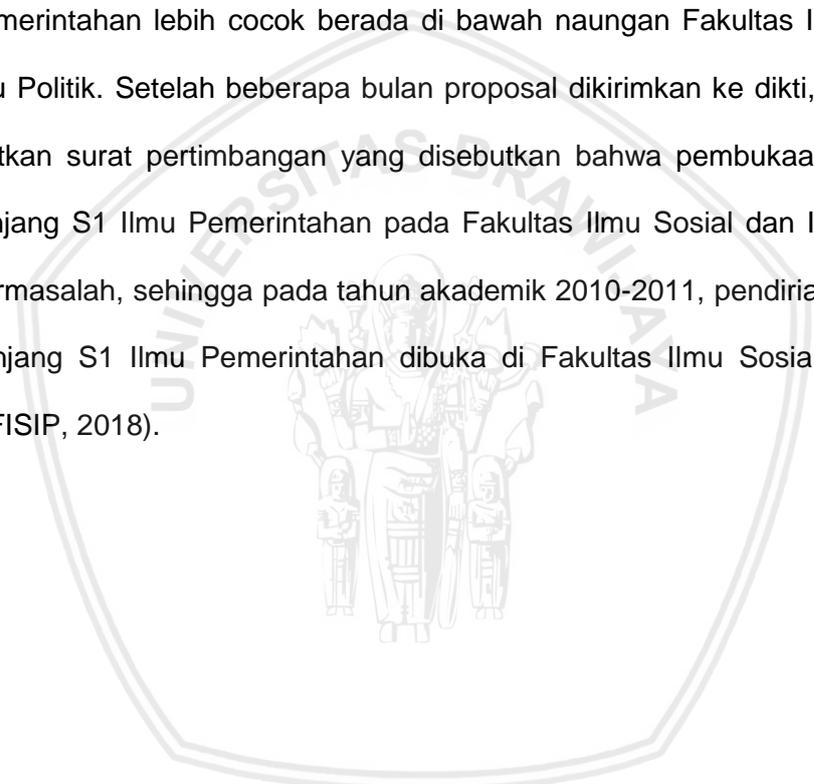
Ilmu Komunikasi dengan jumlah peminat yang sangat besar di luar perkiraan sebelumnya.

Perjalanan selanjutnya terjadi pergantian Sekretaris Program Ilmu Sosial yaitu dari Ir. Edi Susilo, MS ke Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS. Pergantian ini disebabkan karena Sekretaris lama (Ir. Edi Susillo, MS.) mengundurkan diri karena melanjutkan studi S-3 di Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.

Pada tahun 2006, Program Ilmu Sosial melalui surat Rektor telah mengirimkan proposal pendirian program studi baru yaitu program studi psikologi dan program studi hubungan internasional dan tanggal 22 Agustus 2006, kedua program studi mendapatkan surat ijin pertimbangan persetujuan oleh DIKTI dengan Surat Keputusan No. 1755/D2.2/2006. Dan kemudian pada tanggal 30 Nopember 2006 diperkuat dengan SK No. 2440/D2.2/2006 tentang rekomendasi surat ijin pembukaan oleh lembaga professional Psikologi yaitu HIMPSI.

Selama 4 tahun terakhir, Program Ilmu Sosial telah berubah statusnya menjadi Fakultas Ilmu Sosial yang telah ditetapkan dengan SK Dikti pada tanggal 29 Februari 2008 dengan SK Nomor : 536/D/T/2008, tentang Usul Pembukaan Fakultas Ilmu Sosial pada Universitas Brawijaya dan ditetapkan dengan SK Rektor tertanggal 8 April 2008 nomor : 090/SK/2008 tentang Pendirian Fakultas Ilmu Sosial Universitas Brawijaya dengan 2 jurusan dan 4 program studi yaitu Jurusan Sosiologi dengan Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Komunikasi dengan Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Studi Psikologi, Program Studi Hubungan Internasional. Dengan memandang kebutuhan stakeholder dan kebutuhan masyarakat, maka pada tanggal tanggal 6 Februari 2009 dengan SK Dikti Nomor : 141/D/T/2009 Fakultas Ilmu Sosial telah membuka Program Studi Baru yaitu Program Studi Ilmu Politik. Telah lengkapnya program studi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial ini, maka pada tanggal 8 April 2009 telah ditetapkan hari

bersejarah bagi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Brawijaya dikarenakan pada tanggal tersebut, FIS telah berubah namanya menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah ditetapkan dengan SK Rektor No. 102/SK/2009 tertanggal 08 April 2009. Sehubungan dengan semakin meningkatnya minat masyarakat, maka diusulkanlah pendirian program studi ilmu pemerintahan. Pendirian program studi tersebut juga telah mendapatkan respon dari dikti, hal ini terbukti dengan adanya tindak lanjut dari dikti, bahwa pendirian program studi jenjang S1 Ilmu Pemerintahan lebih cocok berada di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Setelah beberapa bulan proposal dikirimkan ke dikti, dikti telah menerbitkan surat pertimbangan yang disebutkan bahwa pembukaan program studi jenjang S1 Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tidak bermasalah, sehingga pada tahun akademik 2010-2011, pendirian program studi jenjang S1 Ilmu Pemerintahan dibuka di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP, 2018).



5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Tingkat Konsumsi Ikan Sarden ABC pada Mahasiswa FPIK dan FISIP

Gambaran tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP ini meliputi karakteristik berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa FPIK dan FISIP, karakteristik uang saku pada mahasiswa FPIK dan FISIP, frekuensi pembelian ikan sarden ABC, alasan mahasiswa FPIK dan FISIP mengkonsumsi ikan sarden ABC, tempat membeli ikan kaleng sarden ABC, dan kendala dalam mengkonsumsi ikan sarden ABC.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* berdasarkan tingkat angkatan dengan pengambilan responden secara random tidak berdasarkan program studi. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada kedua fakultas yang diwakilkan oleh 44 orang mahasiswa pada masing-masing fakultas yang terdiri atas mahasiswa angkatan 2015 sampai mahasiswa angkatan 2017.

5.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin Mahasiswa FPIK dan FISIP

Pengelompokan jenis responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Perempuan	32	73%	35	80%
Laki-laki	12	27%	9	20%
Total	44	100%	44	100%

Hasil olahan data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 6 menunjukkan frekuensi yang berbeda. Dimana dapat dilihat pada kedua fakultas tersebut menunjukkan bahwa frekuensi perempuan lebih tinggi. Presentase perempuan pada FPIK didapatkan sebesar 73% dan pada FISIP didapatkan presentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 80%. Sedangkan presentase laki-laki pada FPIK didapatkan presentase sebesar 27% dan presentase laki-laki pada FISIP didapatkan dengan presentase yang lebih kecil yaitu sebesar 20%. Sehingga dapat dilihat terjadi perbedaan jumlah responden yang mengkonsumsi ikan kaleng sarden cukup jauh antara perempuan dan laki-laki. Yang mana dalam hal pengambilan keputusan dalam pembelian ikan kaleng sarden merek ABC didominasi oleh perempuan.

5.1.2 Karakteristik Uang Saku Mahasiswa FPIK dan FISIP

Uang saku dalam penelitian ini merupakan pendapatan seorang mahasiswa yang diberikan oleh masing-masing orangtua mahasiswa. Pemberian uang saku ini dihitung dalam jangka waktu satu bulan. Jumlah uang saku yang didapatkan oleh masing-masing mahasiswa ini yang dapat memberikan dampak pengaruh terhadap konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian yang didapatkan dari responden masing-masing fakultas dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Uang Saku Responden

Jumlah Uang Saku/Bln	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
<Rp. 1.000.000	20	45%	9	20%
Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000	16	36%	16	36%
>Rp. 2.000.000	8	18%	19	43%
Total	44	100%	44	100%

Hasil dari penelitian yang diperoleh menunjukan bahwa mahasiswa FPIK sebesar 45% kebanyakan mendapatkan uang saku sebesar <Rp. 1.000.000

perbulanya. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian pada mahasiswa FISIP yang mana sebanyak 43% mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar > Rp.2.000.000 perbulan. Presentase paling kecil pada mahasiswa FPIK yaitu sebesar 18% yang mana mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar > Rp. 2.000.000 pebulannya. Sedangkan presentase terkecil yang diperoleh pada mahasiswa FISIP yaitu sebesar 20% yang mana mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar <Rp. 1.000.000 perbulannya.

5.1.3 Frekuensi Pembelian Ikan Kaleng Sarden ABC

Hasil pengisian kuisioner yang telah dilakukan oleh responden mahasiswa FPIK dan FISIP, diperoleh data frekuensi responden pembelian ikan kaleng sarden ABC dalam satu bulan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Frekuensi Pembelian Ikan Kaleng Sarden ABC

Frekuensi Pembelian	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Setiap Minggu	5	11%	1	2%
3 kali dalam sebulan	7	16%	4	9%
2 kali dalam sebulan	13	30%	16	36%
1 kali dalam sebulan	19	43%	23	53%
Total	44	100%	44	100%

Dari data mengenai frekuensi pembelian ikan kaleng sarden ABC pada responden mahasiswa FPIK didapatkan 5 responden FPIK membeli produk ikan kaleng saden ABC setiap minggunya, 7 orang respon FPIK den membeli produk olahan ikan kaleng sarden ABC sebanyak 3 kali dalam satu bulan, 13 orang responden FPIK membeli ikan kaleng sarden ABC sebanyak 2 kali dalam satu bulan, dan 19 orang responden FPIK membeli ikan kaleng sarden ABC sebanyak 1 kali dalam satu bulan.

Sedangkan pada responden mahasiswa FISIP didapatkan hasil bahwa 1 orang responden yang membeli ikan kaleng sarden dalam waktu setiap minggunya, 4 orang responden FISIP mebeli produk olahan ikan kaleng sarden

ABC sebanyak 3 kali dalam satu bulan, 16 orang responden FISIP membeli ikan kaleng sarden ABC sebanyak 2 kali dalam satu bulan, dan 23 orang responden FISIP membeli ikan kaleng sarden ABC sebanyak 1 kali dalam satu bulan.

Dari data yang didapatkan diatas dapat diketahui responden dalam frekuensi pembelian ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP sama-sama didominasi oleh pembelian ikan kaleng sarden ABC sebanyak 1 kali dalam satu bulan, pada responden FPIK didapatkan sebanyak 19 orang dengan presentase 43% dan pada responden FISIP sebanyak 23 orang dengan presentase 53%. Dibandingkan dengan fakultas sosial lainnya, pada fakultas FISIP diperoleh frekuensi pembelian sarden ABC paling tinggi atau unggul dibandingkan fakultas sosial lainnya, hal ini juga yang melatar belakangi saya dalam melakukan penelitian di FISIP.

5.1.4 Alasan Mahasiswa FPIK Dan FISIP Dalam Mengkonsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC

Hasil pengisian kuisisioner yang telah dilakukan oleh responden mahasiswa FPIK dan FISIP, diperoleh data alasan mahasiswa FPIK dan FISIP dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Alasan Mengkonsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC

Alasan Pembelian	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Rasanya Enak	8	18%	13	30%
Praktis	30	69%	27	62%
Mudah didapatkan	2	4%	2	4%
Harga Terjangkau	4	9%	2	4%
Total	44	100%	44	100%

Alasan mahasiswa FPIK dan FISIP dalam mengkonsumsi olahan ikan kaleng sarden ABC yaitu dikarenakan kepraktisannya. Hal ini dapat ditunjukkan

degan hasil penelitian pada tabel diatas dimana didapatkan hasil yang paling dminan yaitu pada fakultas FPIK didapatkan responden sebanyak 30 orang dengan presentase sebesar 69% dan pada fakultas FISIP didaptkan 27 orang dengan presentase sebesar 62%. Urutan kedua yang paling mendominasi dalam alasan mahasiswa FPIK dan FISIP dalam mengkonsumsi olahan ikan kaleng sarden ABC yaitu dikarenakan rasanya enak. Pada fakultas FPIK didapatkan responden sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 18% dan pada fakultas FISIP sama-sama menjadi urutan kedua yang paling dominan dengan responden sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 30%.

Hal ini dapat dikaitkan dengan adanya perkemangan teknoogi dalam bidang pangan yang mana semakin berkembangnya era semakin berkembangnya pula makanan-makanan yang mudah dan cepat untuk diolah. Selain itu kebanyakan dari kalangan mahasiswa merupakan anak kos, dimana ada beberapa kos yang tidak menyediakan dapur pada tempat kosnya hal ini juga dapat menjadi pemicu. Sehingga kebanyakan mahasiswa memilih untuk membeli makanan yang mudah untuk diolah secara praktis.

5.1.5 Tempat Membeli Ikan Kaleng Sarden ABC

Hasil pengisian kuisisioner yang telah dilakukan oleh responden mahasiswa FPIK dan FISIP, diperoleh data mengenai tempat pembelian ikan kaleng sarden ABC dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Tempat Membeli Ikan Kaleng Sarden ABC

Tempat Pembelian	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Pasar	0	0%	2	4%
Toko Klontong	2	4%	2	4%
Minimarket	38	87%	32	74%
Supermarket	4	9%	8	18%
Total	44	100%	44	100%

Hasil responden berdasarkan tempat pembelian ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK kebanyakan dari mereka membeli ikan kaleng sarden ABC di *minimarket* dengan sebanyak 38 responden dengan presentase sebesar 87%. Pada urutan kedua yaitu mahasiswa FPIK memutuskan membeli ikan kaleng sarden ABC di *supermarket* sebanyak 4 responden dengan presentase 9% , pada tempat pembelian toko klontong didapatkan responden sebanyak 2 orang dengan presentase 9%, dan tidak ada mahasiswa FPIK yang memilih pasar sebagai tempat pembelian ikan sarden ABC.

Sedangkan pada mahasiswa FISIP kebanyakan dari mereka membeli ikan kaleng sarden ABC di *minimarket* sebanyak 32 orang responden dengan presentase 74%, lalu sebanyak 8 orang responden dengan presentase 18% memilih membeli ikan sarden ABC di *supermarket*, sebanyak 2 orang responden memilih membeli ikan kaleng sarden ABC di pasar, dan sebanyak 2 orang responden memilih membeli ikan kaleng sarden ABC di toko kontong.

Dapat disimpulkan dari hasil tempat pembelian ikan kaleng sarden ABC pada kalangan mahasiswa FPIK dan FISIP lebih memilih membeli di *minimarket* seperti Indomaret, Alfamart, Superindo, Rahma, Sardo, dan sebagainya. Sedangkan pada pada posisi kedua tempat pembelian ikan sarden ABC mahasiswa FPIK dan FISIP memilih *supermarket* sebagai tujuannya seperti *Hypermart, Carefure, Giant*, dan sebagainya.

5.1.6 Kendala Dalam Mengonsumsi Ikan Sarden ABC

Hasil pengisian kuisioner yang telah dilakukan oleh responden mahasiswa FPIK dan FISIP, mengenai kendala dalam mengonsumsi ikan kaleng sarden ABC dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Kendala Dalam Mengkonsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC

Kendala	FPIK		FISIP	
	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Alergi	1	2%	1	2%
Tidak suka ikan	0	0%	3	7%
Rasanya aneh	9	20%	2	4%
Makanan instan	34	78%	38	87%
Total	44	100%	44	100%

Hasil responden berdasarkan kendala dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP menunjukkan, pada mahasiswa FPIK sebanyak 34 orang atau 78% dan pada mahasiswa sebanyak FISIP 38 orang atau 87% kebanyakan dari mereka memiliki kendala dikarenakan sarden ABC merupakan makanan instan sebagai alasan mereka. Pada mahasiswa FPIK dan FISIP sama-sama memiliki kendala yang paling kecil yaitu dikarenakan alergi sebesar 1 orang pada masing-masing fakultas.

5.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Ikan Kaleng Sarden ABC pada Mahasiswa FPIK dan FISIP

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi olahan ikan sarden merek ABC di kalangan mahasiswa FPIK dan FISIP yang meliputi uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek maka dilakukan pengujian regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *software statistic*.

5.2.1 Uji Instrumen

Pada penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik kuisisioner kepada responden FPIK dan FISIP. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diberikan. Keabsahan suatu hasil

penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Maka dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

5.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan. Suatu skala pengukuran dikatakan valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Penyebaran kuisisioner pada mahasiswa FPIK dan FISIP sebanyak 44 orang pada setiap kedua fakultas tersebut. Dari 23 pertanyaan yang diajukan maka dilakukan uji validitas. Untuk mengetahui instrumen tersebut valid atau tidak maka ada ketentuannya jika r hitung ≥ 0.30 maka instrument tersebut akan valid. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas FPIK

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Uang Saku (X_1)	1	0,622	0,30	Valid
	2	0,750	0,30	Valid
	3	0,791	0,30	Valid
	4	0,790	0,30	Valid
Pengetahuan (X_2)	1	0,881	0,30	Valid
	2	0,877	0,30	Valid
	3	0,668	0,30	Valid
Harga (X_3)	1	0,881	0,30	Valid
	2	0,827	0,30	Valid
	3	0,926	0,30	Valid
Kualitas (X_4)	1	0,812	0,30	Valid
	2	0,852	0,30	Valid
	3	0,852	0,30	Valid
	4	0,676	0,30	Valid
Citra Merek (X_5)	1	0,772	0,30	Valid
	2	0,796	0,30	Valid
	3	0,847	0,30	Valid
	4	0,727	0,30	Valid

Dari tabel hasil uji validitas FPIK tersebut, menunjukkan bahwa butir pertanyaan $X_{1,1}$, $X_{1,2}$, $X_{1,3}$, $X_{1,4}$, $X_{2,1}$, $X_{2,2}$, $X_{2,3}$, $X_{3,1}$, $X_{3,2}$, $X_{3,3}$, $X_{4,1}$, $X_{4,2}$, $X_{4,3}$, $X_{4,4}$, $X_{5,1}$, $X_{5,2}$, $X_{5,3}$, dan $X_{5,4}$ untuk kuesioner variabel uang saku, pengetahuan, harga,

kualitas, dan citra merek memiliki koefisien korelasi $>0,300$. Sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini dapat diartikan bahwa semua butir pertanyaan tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas FISIP

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Uang Saku (X_1)	1	0,800	0,30	Valid
	2	0,668	0,30	Valid
	3	0,705	0,30	Valid
	4	0,809	0,30	Valid
Pengetahuan (X_2)	1	0,816	0,30	Valid
	2	0,849	0,30	Valid
	3	0,812	0,30	Valid
Harga (X_3)	1	0,700	0,30	Valid
	2	0,844	0,30	Valid
	3	0,812	0,30	Valid
Kualitas (X_4)	1	0,699	0,30	Valid
	2	0,737	0,30	Valid
	3	0,831	0,30	Valid
	4	0,831	0,30	Valid
Citra Merek (X_5)	1	0,811	0,30	Valid
	2	0,844	0,30	Valid
	3	0,891	0,30	Valid
	4	0,728	0,30	Valid

Dari tabel hasil uji validitas FISIP tersebut, menunjukkan bahwa butir pertanyaan $X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{1.4}$, $X_{2.1}$, $X_{2.2}$, $X_{2.3}$, $X_{3.1}$, $X_{3.2}$, $X_{3.3}$, $X_{4.1}$, $X_{4.2}$, $X_{4.3}$, $X_{4.4}$, $X_{5.1}$, $X_{5.2}$, $X_{5.3}$, dan $X_{5.4}$ untuk kuesioner variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek memiliki koefisien korelasi $>0,300$. Sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini dapat diartikan bahwa semua butir pertanyaan tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

5.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha. Variabel dianggap tidak reliabel jika memiliki koefisien

CA > 0.00-0.20, kemudian dianggap kurang reliabel jika memiliki CA > 0.20-0.40, dianggap cukup reliabel jika memiliki koefisien CA > 0.40-0.60, dianggap reliabel jika CA > 0.60-0.80 dan dianggap sangat reliabel jika CA > 0.80-1.00. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas FPIK

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Uang Saku (X_1)	0,7222	Reliabel
Pengetahuan (X_2)	0,7360	Reliabel
Harga (X_3)	0,8320	Reliabel
Kualitas (X_4)	0,7932	Reliabel
Citra Merek (X_5)	0,7930	Reliabel

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas FISIP

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Uang Saku (X_1)	0,7366	Reliabel
Pengetahuan (X_2)	0,7032	Reliabel
Harga (X_3)	0,6629	Reliabel
Kualitas (X_4)	0,7708	Reliabel
Citra Merek (X_5)	0,7708	Reliabel

Berdasarkan dari uji reliabilitas pada kedua fakultas dapat dilihat bahwa tiap variabel yang meliputi uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, citra merek, dan tingkat konsumsi. Dapat diamati pada variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek dianggap reliabel, karena nilai kelima variabel pada kedua fakultas tersebut memiliki nilai CA > 0.60-0.80.

5.2.2 Regresi Linear Berganda

Pada pengujian regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek terhadap tingkat konsumsi olahan ikan sarden ABC dikalangan mahasiswa FPIK dan FISIP. Pengujian regresi linier berganda ini dilakukan dengan pengujian tiap-tiap fakultas pada FPIK dan FISIP. Hasil dari regresi linear berganda

dibandingkan anantara masing-masing fakultas. Hasil dari regresi linear berganda pada fakultas FPIK dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda FPIK

Model	Nilai Koefisien	Std. Error	t Hitung	Sig.
Constant	-2,472	0,371	-6,667	0,000
Uang Saku (X_1)	0,080	0,038	2,112	0,041
Pengetahuan (X_2)	0,091	0,039	2,354	0,024
Harga (X_3)	0,134	0,046	2,929	0,006
Kualitas (X_4)	0,091	0,041	2,187	0,035
Citra Merek (X_5)	0,118	0,050	2,352	0,024
F Hitung	47,421			
R ²	86,2			

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda pada tabel 16 maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$$

Keterangan :

Y = Tingkat konsumsi

b = Koefisien variabel bebas

X_1 = Uang saku

X_2 = Pegetahuan

X_3 = Harga

X_4 = Kualitas

X_5 = Citra merek

Dari persamaan diatas dapat dilihat nilai konstanta (α) yaitu sebesar -2,472. Nilai konstanta (α) bernilai negatif dapat diartikan bahwa apabila tidak ada variabel uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5), maka tidak ada keputusan dalam pembelian (Y). Sehingga konsumen sangat dipengaruhi oleh variabel uang saku (X_1), pengetahuan (X_2),

harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5). Hal seperti ini mungkin terjadi dikarenakan adanya berbagai produk ikan sarden kaleng lain selain sarden ABC, disamping adanya faktor lain yang mungkin juga berpengaruh dalam keputusan pembelian namun tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Didapatkan nilai konstanta (α) yaitu sebesar -2,472, sehingga apabila variabel independen sama dengan nol (0) maka tingkat konsumsi (Y) mahasiswa FPIK sebesar -2,472. Hal ini disebabkan karena mahasiswa FPIK kemungkinan tidak mengutamakan mengkonsumsi ikan sarden ABC. Maka apabila variabel-variabel independen sama dengan nol (0), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kemungkinan mahasiswa FPIK tidak memilih mengkonsumsi ikan sarden ABC dan memilih untuk mengkonsumsi ikan kaleng sarden merek lain.

Koefisien regresi variabel uang saku (X_1) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,080, hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan kenaikan satu rupiah pada variabel uang saku (X_1) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan atau mengalami perubahan secara searah sebesar 0,080 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga peningkatan uang saku akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK.

Koefisien regresi variabel pengetahuan (X_2) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,091 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan pengetahuan maka pada variabel pengetahuan (X_2) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,091 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK.

Koefisien regresi variabel harga (X_3) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,134 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan harga (X_3) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat

konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,134 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK.

Koefisien regresi variabel kualitas (X_4) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,091 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan kualitas (X_4) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,91 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK.

Koefisien regresi variabel citra merek (X_5) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,118 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan citra merek (X_5) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,118 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK. Sedangkan hasil dari pengolahan data pada mahasiswa FISIP dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda FISIP

Model	Nilai Koefisien	Std. Error	t Hitung	Sig.
Constant	-2,293	0,450	-5,100	0,000
Uang Saku (X_1)	0,080	0,027	2,928	0,006
Pengetahuan (X_2)	0,085	0,039	2,165	0,037
Harga (X_3)	0,171	0,084	2,046	0,048
Kualitas (X_4)	0,078	0,036	2,133	0,039
Citra Merek (X_5)	0,100	0,044	2,242	0,031
F Hitung	34,639			
R ²	82,0			

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda pada tabel 17 maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$$

Keterangan :

Y = Tingkat konsumsi

b = Koefisien variabel bebas

X₁ = Uang saku

X₂ = Pegetahuan

X₃ = Harga

X₄ = Kualitas

X₅ = Citra merek

Dari persamaan diatas dapat dilihat nilai konstanta (α) yaitu sebesar -2,293. Nilai konstanta (α) bernilai negatif dapat diartikan bahwa apabila tidak ada variabel uang saku (X₁), pengetahuan (X₂), harga (X₃), kualitas (X₄), dan citra merek (X₅), maka tidak ada keputusan dalam pembelian (Y). Sehingga konsumen sangat dipengaruhi oleh variabel uang saku (X₁), pengetahuan (X₂), harga (X₃), kualitas (X₄), dan citra merek (X₅). Hal seperti ini mungkin terjadi dikarenakan adanya berbagai produk ikan sarden kaleng lain selain sarden ABC, disamping adanya faktor lain yang mungkin juga berpengaruh dalam keputusan pembelian namun tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Didapatkan nilai konstanta (α) yaitu sebesar -2,293, sehingga apabila variabel independen sama dengan nol (0) maka tingkat konsumsi (Y) mahasiswa FISIP sebesar -2,293. Hal ini disebabkan karena mahasiswa FISIP kemungkinan tidak mengutamakan mengkonsumsi ikan sarden ABC. Maka apabila variabel-variabel independen sama dengangan nol (0), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kemungkinan mahasiswa FISIP tidak memilih mengkonsumsi ikan sarden ABC dan memilih untuk mengkonsumsi ikan kaleng sarden merek lain.

Koefisien regresi variabel uang saku (X₁) terhadap tingkat konsumsi (Y) benilai positif sebesar 0,080, hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat

perubahan kenaikan satu rupiah pada variabel uang saku (X_1) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan atau mengalami perubahan secara searah sebesar 0,080 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga peningkatan uang saku akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FISIP.

Koefisien regresi variabel pengetahuan (X_2) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,085 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan pengetahuan maka pada variabel pengetahuan (X_2) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,085 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FISIP.

Koefisien regresi variabel harga (X_3) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,171 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan harga (X_3) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,171 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FISIP.

Koefisien regresi variabel kualitas (X_4) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,078 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan kualitas (X_4) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,078 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FISIP.

Koefisien regresi variabel citra merek (X_5) terhadap tingkat konsumsi (Y) bernilai positif sebesar 0,100 hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan penambahan citra merek (X_5) dan variabel lainnya tetap, maka variabel tingkat konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,100 dan nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga penambahan pengetahuan akan mengakibatkan kenaikan jumlah konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FISIP.

5.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *ordinary least square (OLS)*. Uji asumsi klasik yang dilakukan untuk penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedstisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal dengan menggunakan uji dua arah (*two tailed test*), yaitu dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi (α) 0,05. Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka data berdistribusi normal. Dapat dilihat hasil dari pengujian uji normalitas ada pada mahasiswa FPIK tabel 18. Berdasarkan Kolmogorov-Smirnov mahasiswa FPIK didapatkan hasil $0,969 > 0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Sedangkan dapat dilihat hasil dari pengujian uji normalitas ada pada mahasiswa FISIP beradadi tabel 19. Berdasarkan uji dua arah atau Kolmogorov-Smirnov mahasiswa FISIP didapatkan hasil $0,964 > 0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 18. Uji Normalitas pada FPIK

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,1363636
	Std. Deviation	2,59095883
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		,492
Asymp. Sig. (2-tailed)		,969

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 19. Uji Normalitas pada FISIP

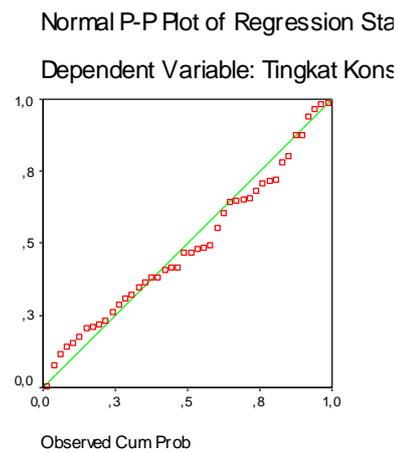
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,80018282
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,057
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,499
Asymp. Sig. (2-tailed)		,964

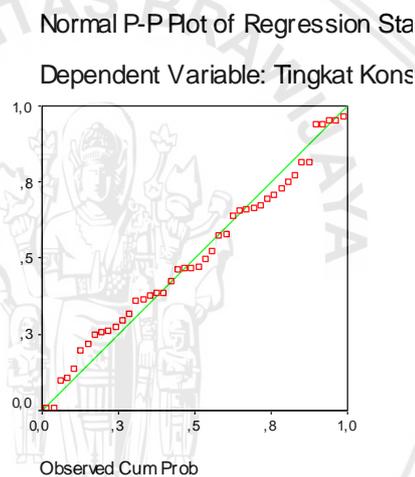
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari diagonal. Hasil pengujian pada mahasiswa FPIK dan FISIP pada tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi linier tersebut sudah berdistribusi normal. Dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas FPIK



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas FISIP

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah non multikolinier. Analisis ini ditentukan oleh besarnya nilai VIF (*Variances inflation Factor*) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 masing – masing variabel independen bebas dari gejala multikolonieritas.

Hasil dari uji multikolinieritas variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek pada mahasiswa FPIK dan mahasiswa FISIP dapat dilihat pada tabel 20 dan tabel 21.

Tabel 20. Hasil Uji Multikolinieritas Mahasiswa FPIK

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Uang Saku	,952	1,050
	Pengetahuan	,951	1,051
	Harga	,985	1,015
	Kualitas	,970	1,031
	Citra Merek	,968	1,033

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Tabel 21. Hasil Uji Multikolinieritas Mahasiswa FISIP

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Uang Saku	,917	1,090
	Pengetahuan	,972	1,029
	Harga	,975	1,025
	Kualitas	,950	1,052
	Citra Merek	,931	1,074

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Nilai hasil uji multikolinieritas mahasiswa FPIK diperoleh nilai VIF variabel uang saku (X_1) sebesar 1,050, variabel pengetahuan (X_2) sebesar 1,051, variabel harga (X_3) sebesar 1,015, variabel kualitas (X_4) sebesar 1,031, dan variabel citra merek (X_5) sebesar 1,033. Berdasarkan nilai VIF kelima variabel pada fakultas FPIK yang bernilai dibawah 10 dapat dikatakan bahwa antar variabel tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

Nilai hasil uji multikolinieritas mahasiswa FISIP diperoleh nilai VIF variabel uang saku (X_1) sebesar 1,090, variabel pengetahuan (X_2) sebesar 1,029, variabel harga (X_3) sebesar 1,025, variabel kualitas (X_4) sebesar 1,052, dan variabel citra

merek (X_5) sebesar 1,074. Berdasarkan nilai VIF kelima variabel pada fakultas FISIP yang bernilai dibawah 10 dapat dikatakan bahwa antar variabel tidak menunjukkan gejala multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan dari data yang didapat pada kedua fakultas tersebut tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

3. Uji Heterokesdatisitas

Uji heterokesdatisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Apabila Signifikan $> 0,05$ berarti model regresi berarti tidak terjadi heterokesdatisitas. Hasil dari pengujian heterokesdatisitas nilai signifikan kelima variabel pada mahasiswa FPIK dan FISIP lebih besar dari 0,05 maka dikatakan heterokesdatisitas. Hasil dari uji heterokesdatisitas pada mahasiswa FPIK dan FISIP dapat dilihat pada tabel 22 dan tabel 23.

Tabel 22. Hasil Uji Heterokesdatisitas FPIK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,659	2,093		,793	,433
	Uang Saku	-,188	,213	-,203	-,886	,381
	Pengetahuan	,229	,218	,219	1,054	,299
	Harga	,179	,259	,157	,692	,493
	Kualitas	,097	,234	,098	,413	,682
	Citra Merek	-,226	,283	-,256	-,798	,430

a. Dependent Variable: ABSR2

Tabel 23. Hasil Uji Heterokesdatisitas FISIP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,898	2,226		-,403	,689
	Uang Saku	,245	,135	,319	1,819	,077
	Pengetahuan	,206	,180	,209	1,146	,259
	Harga	-,130	,319	-,077	-,407	,687
	Kualitas	,059	,024	,394	1,683	,082
	Citra Merek	,012	,019	,102	,643	,524

a. Dependent Variable: ABSR1

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Hasil uji autokorelasi pada mahasiswa FPIK dan FISIP dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 24. Hasil Uji Autokorelasi FPIK

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,839 ^a

- a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan
 b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Tabel 25. Hasil Uji Autokorelasi FISIP

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,852 ^a

- a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Kualitas, Uang Saku
 b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Pada uji autokorelasi yang telah dilakukan pada FPIK, nilai *Durbin Watson* yang diperoleh sebesar 1,839, sedangkan nilai *Durbin Watson* FISIP sebesar 1,852. Berdasarkan jumlah variabel yang diteliti pada kedua fakultas tersebut berjumlah 5 dan jumlah data sebanyak 44, sehingga berdasarkan tabel *Durbin Watson* pada selang kepercayaan 0,05 nilai dL diperoleh sebesar 1,2769 dan nilai dU sebesar 1,7777, dengan demikian nilai 4-dL sebesar 2,7231 dan nilai 4-dU sebesar 2,2223. Sehingga nilai yang diperoleh pada *Durbin Watson* pada

kedua fakultas tersebut memiliki hasil estimasi yang berada diantara nilai dU dan 4-dU, maka asumsi non autokorelasi terpenuhi.

5.2.4 Uji Statistik

Uji statistik dalam analisis hubungan dimaksud untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan antar variabel. Uji statistik pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan aplikasi software statistic. Dalam uji statistik ini membantu untuk melakukan beberapa uji diantaranya adalah untuk mencari koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) dapat menerangkan dengan baik variabel dependen (tingkat konsumsi). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada mahasiswa FPIK dan FISIP dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 26. Hasil Uji koefisien determinasi (R^2) FPIK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,928 ^a	,862	,844	,299

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Uang Saku, Kualitas

Tabel 27. Hasil Uji koefisien determinasi (R^2) FISIP

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,820	,796	,342

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan, Harga

Pada uji koefisien determinasi (R^2) pada mahasiswa FPIK didapatkan nilai sebesar 86,2% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi

oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 86,2%, sisanya yaitu 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan pada mahasiswa FISIP didapatkan nilai sebesar 82% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 82%, sisanya yaitu 18% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sehingga menunjukkan bahwa variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebas dengan kriteria ketepatan yang tinggi. Hal tersebut sesuai dengan (Mahendra, 2013), menyatakan dasar pengambilan keputusan apabila $R\ Square < 0,10$ (buruk ketepatannya), $0,11-0,30$ (rendah ketepatannya), $0,31-0,50$ (cukup ketepatannya), dan >0.5 (tinggi ketepatannya).

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F pada mahasiswa FPIK dapat dilihat pada tabel 28. Dan hasil pada mahasiswa FISIP dapat dilihat pada tabel 29.

Tabel 28. Hasil Uji F FPIK

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,155	5	4,231	47,421	,000 ^a
	Residual	3,390	38	,089		
	Total	24,545	43			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Uang Saku, Kualitas

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Hasil dari uji F pada mahasiswa FPIK didapatkan F_{hitung} sebesar 47,421 dengan nilai sig 0,000 dan nilai signifikasi (α) 0,05. Nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,46. Nilai F_{hitung} 47,421 $>$ F_{tabel} 2,46 maka dapat disimpulkan bahwa variabel

independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi).

Tabel 28. Hasil Uji F FISIP

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,278	5	4,056	34,639	,000 ^a
	Residual	4,449	38	,117		
	Total	24,727	43			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan, Harga

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Hasil dari uji F pada mahasiswa FISIP didapatkan F_{hitung} sebesar 34,639 dengan nilai sig 0,000 dan nilai signifikansi (α) 0,05. Nilai F_{tabel} sebesar 2,46. Nilai F_{hitung} $34,639 > F_{tabel}$ 2,46 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi).

3. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5) terhadap tingkat konsumsi (Y). jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, yang berarti uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4), dan citra merek (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh data t_{tabel} pada kedua fakultas tersebut sebesar 2,024.

Tabel 30. Hasil Uji t pada FPIK

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,472	,371		-6,667	,000
	Uang Saku	,080	,038	,186	2,112	,041
	Pengetahuan	,091	,039	,188	2,354	,024
	Harga	,134	,046	,256	2,929	,006
	Kualitas	,091	,041	,201	2,187	,035
	Citra Merek	,118	,050	,291	2,352	,024

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t pada mahasiswa FPIK diperoleh t_{hitung} pada variabel uang saku X_1 sebesar 2,112 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,041 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel uang saku X_1 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Pendapatan seseorang berkaitan erat dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya, baik ia sebagai buruh, pegawai, pengusaha, tukang dan lain-lain pekerjaan yang digelutinya sesuai dengan profesi masing-masing. Pendapatan yang diperoleh itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, untuk tabungan, untuk usaha, dan sebagainya. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan pembayaran uang yang diterima orang dalam pergaulan. Pendapatan seseorang atau individu adalah upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang (pekerja) yang melakukan suatu pekerjaan (Suparmoko, 1993). Dalam hal ini yang dimaksud pendapatan adalah uang saku yang diterima mahasiswa, untuk pekerjaan yang dilakukannya yaitu belajar dan memenuhi kebutuhannya dalam kebutuhan sehari-hari yang berkaitan dengan perkuliahan.

Nilai t_{hitung} pada variabel pengetahuan X_2 sebesar 2,354 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,024 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Pengetahuan dikenal sebagai karakteristik yang mempengaruhi semua fase dalam proses pengambilan keputusan. Secara spesifik, pengetahuan adalah konstruk yang relevan dan penting yang mempengaruhi bagaimana konsumen mengumpulkan dan mengatur informasi, seberapa banyak informasi digunakan untuk pembuatan keputusan dan bagaimana konsumen mengevaluasi produk dan jasa (Haryadi, 2009).

Nilai t_{hitung} pada variabel harga X_3 sebesar 2,929 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 99%. Maka dapat disimpulkan variabel harga X_3 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Perusahaan harus menetapkan harga jual untuk yang pertama kalinya, terutama pada saat mengembangkan produk baru. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya (Hasan, 2008).

Nilai t_{hitung} pada variabel kualitas X_4 sebesar 2,187 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,035 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas X_4 secara

parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik (Kotler dan Armstrong, 2008).

Nilai t_{hitung} pada variabel citra merek X_5 sebesar 2,352 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,024 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek X_5 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Citra merek (brand image) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003).

Tabel 31. Hasil Uji t pada FISIP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,293	,450		-5,100	,000
	Uang Saku	,080	,027	,246	2,928	,006
	Pengetahuan	,085	,039	,203	2,165	,037
	Harga	,171	,084	,240	2,046	,048
	Kualitas	,078	,036	,201	2,133	,039
	Citra Merek	,100	,044	,276	2,242	,031

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t pada mahasiswa FISIP diperoleh t_{hitung} pada variabel uang saku X_1 sebesar 2,928 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 99%. Maka dapat disimpulkan variabel uang saku X_1 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Nilai t_{hitung} pada variabel pengetahuan X_2 sebesar 2,165 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Nilai t_{hitung} pada variabel harga X_3 sebesar 2,046 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,048 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel harga X_3 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Nilai t_{hitung} pada variabel kualitas X_4 sebesar 2,133 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,039 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas X_4 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Nilai t_{hitung} pada variabel citra merek X_5 sebesar 2,242 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,031 < 0,05$ atau dengan selang kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek X_5 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

5.2.5 Analisis Hasil Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat dianalisis hasil penelitian yang telah dilakukan diatas terhadap ke lima variabel yang telah dilakukan diantaranya yaitu variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek.

5.2.5.1 Variabel Uang Saku (X_1)

Dari hasil peneitian yang telah dilakukan pada mahasiswa FPIK dan FISIP didapatkan data mengenai uang saku pada mahasiswa kedua fakultas tersebut, dari data penelitian yang diperoleh menunjukan bahwa mahasiwa FPIK sebesar 45% kebanyakan mendapatkan uang saku sebesar <Rp.1.000.000 perbulanya. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian pada mahasiwa FISIP yang mana sebanyak 43% mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar > Rp.2.000.000 perbulan. Konsumsi olahan ikan kaleng sarden pada mahasiswa FPIK dan FISIP paling banyak dari mereka memilih mengkonsumsi olahan ikan kaleng sarden 1 kali dalam satu bulan. Meskipun uang saku pada mahasiswa FPIK didominasi dengan uang saku sebesar <Rp.1.000.000 perbulanya namun ada beberapa mahasiswa yang mengkonsumsi olahan ikan kaleng satu bulan dua kali, dan ada juga yang setiap minggunya. Hal ini bisa disebabkan mahasiswa FPIK lebih mengetahui manfaat ikan yang dibutuhkan oleh tubuh manusia,

Ada hubungan yang erat antara konsumsi dan jumlah pendapatan. Yang artinya semakin tinggi jumlah uang saku yang mahasiswa dapatkan akan meningkat juga konsumsi mereka, tanpa memperdulikan skala prioritas dikarenakan mereka merasa jumlah uang saku mereka sudah cukup untuk membeli barang dan jasa, sehingga mereka menghabiskan semua uang sakunya. Akan tetapi dalam kategori rendah mereka tidak semuanya berperilaku

demikian ada juga yang pola konsumsinya rasional (Samuelson,1992 dalam Lutfiah dkk, 2015).

Hal ini juga diperkuat dengan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh dengan model regresi pada mahasiswa FPIK seperti $Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$, koefisien regresi uang saku (X_1) sebesar 0,080 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan satu rupiah variabel uang saku (X_1) pada mahasiswa FPIK maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,080. Pada mahasiswa FISIP didapatkan model regresi linear berganda seperti $Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$, koefisien regresi uang saku (X_1) sebesar 0,080 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan satu rupiah variabel uang saku (X_1) pada mahasiswa FISIP maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,080.

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t pada mahasiswa FPIK diperoleh t_{hitung} pada variabel uang saku (X_1) sebesar 2,112 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,041 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel uang saku (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t pada mahasiswa FISIP diperoleh t_{hitung} pada variabel uang saku (X_1) sebesar 2,928 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel uang saku (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

5.2.5.2 Variabel Pengetahuan (X_2)

Hasil penelitian pada variabel pengetahuan (X_2) pada mahasiswa FPIK dan FISIP melibatkan mengenai satu pertanyaan pengetahuan dasar dan 2 pertanyaan pengetahuan mengenai gizi ikan. Pada fakultas FPIK dalam

pertanyaan mengenai pengetahuan dasar didapatkan hasil sebanyak 43 responden menjawab dengan benar. Pada pertanyaan pertama mengenai gizi ikan didapatkan hasil 40 responden menjawab dengan benar, sedangkan pada pertanyaan kedua mengenai gizi ikan didapatkan hasil 36 responden menjawab dengan benar. Sedangkan pada fakultas FISIP didapatkan hasil dalam pertanyaan mengenai pengetahuan dasar didapatkan hasil sebanyak 35 responden menjawab dengan benar. Pada pertanyaan pertama mengenai gizi ikan didapatkan hasil 33 responden menjawab dengan benar, sedangkan pada pertanyaan kedua mengenai gizi ikan didapatkan hasil 29 responden menjawab dengan benar. Tingginya pengetahuan mahasiswa FPIK dan FISIP dapat berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam mengkonsumsi ikan.

Pengalaman serta pengetahuan yang lebih banyak tentang kategori produk akan menurunkan risiko dan biaya kerugian yang dihayati sehingga meningkatkan niat pembelian konsumen untuk produk. Sehingga, jika konsumen memiliki pengetahuan akan produk, konsumen akan percaya pada produk tersebut. Selanjutnya akan terbentuk niat beli (Schiffman dan Kanuk, 1997).

Hal ini juga diperkuat dengan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh dengan model regresi pada mahasiswa FPIK seperti $Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$, koefisien regresi pengetahuan (X_2) sebesar 0,091 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel pengetahuan (X_2) pada mahasiswa FPIK maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,091. Pada mahasiswa FISIP didapatkan model regresi linear berganda seperti $Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$, koefisien regresi pengetahuan (X_2) sebesar 0,085 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel pengetahuan (X_2) pada mahasiswa FISIP maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,085.

Hasil dari uji t didapatkan hasil variabel pengetahuan pada mahasiswa FPIK sebesar 2,354 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,024 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK. Hasil dari uji t pada fakultas FISIP, nilai t_{hitung} variabel pengetahuan X_2 sebesar 2,165 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Dari data yang didapatkan frekuensi tingkat konsumsi ikan sarden pada fakultas FPIK dan FISIP sangat berkaitan dengan pengetahuan mereka terhadap tingkat konsumsi ikan sarden. Pada kedua fakultas tersebut kebanyakan dari mereka mengonsumsi ikan kaleng sarden satu kali dalam satu bulan. Pada mahasiswa FPIK dan FISIP ada beberapa mahasiswa yang mengonsumsi olahan ikan kaleng satu bulan dua kali, dan ada juga yang setiap minggunya, namun pada mahasiswa FPIK jumlah konsumsi mereka lebih banyak dibandingkan FISIP. Hal ini diakibatkan karena mereka lebih mengetahui pengetahuan tentang manfaat ikan terhadap kesehatan gizi mereka.

Sedangkan pada mahasiswa FISIP tingkat konsumsi mereka tidak sebanyak mahasiswa FPIK. Meskipun pengetahuan mereka mengenai manfaat ikan tidak mendapatkan pengetahuan tentang ikan dari fakultas namun mahasiswa FISIP rata-rata mereka memiliki pengetahuan mengenai ikan cukup baik, hal ini bisa dikarenakan mahasiswa FISIP memperoleh atau mencari pengetahuan mengenai ikan mengenai artikel-artikel yang ada diinternet. Hal ini berdampak banyak dalam keputusan mahasiswa FISIP dalam mengonsumsi ikan kaleng sarden. Hal ini juga didukung dengan banyaknya mahasiswa FISIP yang mengonsumsi ikan kaleng sarden ABC meskipun jumlah yang dikonsumsi

dalam ikan lebih sedikit dibanding FPIK, namun melihat latar belakang pengetahuan FISIP hal ini dapat dikatakan cukup baik.

5.2.5.3 Variabel Harga (X_3)

Berdasarkan dari analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan penelitian pada fakultas FPIK dan FISIP didapatkan model regresi linear berganda pada fakultas FPIK sebagai berikut $Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$, koefisien regresi harga (X_3) sebesar 0,134 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel harga (X_3) pada mahasiswa FPIK maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,134. Pada mahasiswa FISIP didapatkan model regresi linear berganda seperti $Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$, koefisien regresi harga (X_3) sebesar 0,171 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel harga (X_3) pada mahasiswa FISIP maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,171.

Hasil dari uji t yang telah dilakukan didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel harga X_3 pada FPIK sebesar 2,929 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel harga X_3 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK. Nilai t_{hitung} pada fakultas FISIP didapatkan variabel harga X_3 sebesar 2,046 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,048 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel harga X_3 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Pada kedua fakultas tersebut dapat dilihat pada tabel 30 dan tabel 31, yang menunjukkan bahwa variabel harga mempengaruhi tingkat konsumsi (Y). Terlihat dari faktor dominan yang mempengaruhi FPIK dan FISIP adalah harga.

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa (Saladin, 2008).

5.2.5.4 Variabel Kualitas (X_4)

Berdasarkan dari analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan penelitian pada fakultas FPIK dan FISIP didapatkan model regresi linear berganda pada fakultas FPIK sebagai berikut $Y = -2,472 + 0,080 + 0,091 + 0,134 + 0,091 + 0,118 + e$, koefisien regresi kualitas (X_4) sebesar 0,091 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel kualitas (X_4) pada mahasiswa FPIK maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,091. Pada mahasiswa FISIP didapatkan model regresi linear berganda seperti $Y = -2,293 + 0,080 + 0,085 + 0,171 + 0,078 + 0,100 + e$, koefisien regresi kualitas (X_4) sebesar 0,078 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel kualitas (X_4) pada mahasiswa FISIP maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,078.

Hasil dari uji t yang telah dilakukan didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel kualitas (X_4) FPIK sebesar 2,187 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,035 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas (X_4) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK. Nilai t_{hitung} pada fakultas FISIP variabel kualitas (X_4) sebesar 2,133 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,039 < 0,05$. Maka dapat

disimpulkan variabel kualitas X_4 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Para peminat atau pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri (Kotler dan Amstrong, 2010).

5.2.5.5 Variabel Citra Merek (X_5)

Berdasarkan dari analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan penelitian pada fakultas FPIK dan FISIP didapatkan model regresi linear berganda pada fakultas FPIK sebagai berikut $Y = -3,776 + 0,255 + 0,257 + 0,500 + 0,411 + 0,348 + e$, koefisien regresi citra merek (X_5) sebesar 0,348 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel citra merek (X_5) pada mahasiswa FPIK maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,348. Pada mahasiswa FISIP didapatkan model regresi linear berganda seperti $Y = -4,669 + 0,226 + 0,441 + 0,484 + 0,485 + 0,242 + e$, koefisien regresi citra merek (X_5) sebesar 0,242 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel citra merek (X_5) pada mahasiswa FISIP maka akan menaikkan tingkat konsumsi (Y) sebesar 0,242.

Hasil dari uji t yang telah dilakukan didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel citra merek (X_5) sebesar 2,373 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,023 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek

(X_5) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK. Hasil uji t pada FISIP didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel citra merek (X_5) sebesar 2,299 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,024 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,027 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek (X_5) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y atau tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FISIP.

Citra merek memiliki pengaruh positif dalam menciptakan suatu komitmen terhadap pembelian suatu produk atau merek yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk atau merek tersebut (Ike-Elechi, 2009).

5.3 Faktor Dominan pada Tingkat Konsumsi Ikan Sarden Mahasiswa FPIK dan FISIP

Berdasarkan hasil penelitian pada uji t dapat dilihat faktor dominan yang berpengaruh terhadap tingkat konsumsi olahan ikan sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP yang paling dominan atau berpengaruh adalah harga. Hasil dari uji t FPIK yang telah dilakukan didapatkan nilai koefisien α sebesar 0,134 dimana nilai variabel harga yang paling besar sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat konsumsi sarden ABC dikalangan mahasiswa FPIK. Hal ini juga terjadi pada mahasiswa FISIP didapatkan nilai koefisien α sebesar 0,171 dimana nilai variabel harga yang paling besar sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat konsumsi sarden ABC dikalangan mahasiswa FISIP.

Menurut Kotler (2007), menunjukkan pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan

penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku membelanjanya.

5.4 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Tingkat Konsumsi Sarden ABC

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan diketahui bahwa konstanta menunjukkan nilai negatif pada kedua fakultas. Ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4) dan citra merek (X_5) maka tidak akan ada pembelian. Sehingga konsumen sangat dipengaruhi atau tergantung dengan uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek. Hal ini dapat terjadi karena adanya berbagai macam produk sarden lain sejenis dengan sarden ABC, disamping adanya faktor lain yang mungkin juga berpengaruh dalam keputusan pembelian tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini atau tidak ada. Koefisien regresi uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek maka variabel tingkat konsumsi sarden ABC akan mengalami kenaikan.

Hasil pada analisis data menunjukkan bahwa faktor uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek, secara simultan dapat menjelaskan atau berhubungan dengan tingkat konsumsi. Pada uji koefisien determinasi (R^2) pada mahasiswa FPIK didapatkan nilai sebesar 86,2% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 86,2%, sisanya yaitu 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan pada mahasiswa FISIP didapatkan nilai sebesar 82% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen

(uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 82%, sisanya yaitu 18% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa secara simultan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP meliputi uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4) dan citra merek (X_5) secara signifikan mempengaruhi tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP. Hasil uji F FPIK didapatkan nilai $F_{hitung} 47,421 > F_{tabel} 2,46$ maka dapat disimpulkan bahwa independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi). Hasil uji F pada FISIP didapatkan nilai $F_{hitung} 34,639 > F_{tabel} 2,46$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (tingkat konsumsi).

Dari data yang didapatkan pada uji t yang telah dilakukan pada tiap-tiap variabel independen pada FPIK diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai koefisien α paling besar diantara keempat variabel lainnya, maka dapat disimpulkan variabel harga adalah variabel yang paling dominan atau variabel yang berpengaruh dalam tingkat konsumsi sarden ABC di FPIK.

Dari data yang didapatkan pada uji t yang telah dilakukan pada tiap-tiap variabel independen pada FISIP diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai koefisien α paling besar diantara keempat variabel lainnya, maka dapat disimpulkan variabel harga adalah variabel yang paling dominan atau variabel yang berpengaruh besar dalam tingkat konsumsi sarden ABC di FISIP.

Hasil dari penelitian pada uang saku mahasiswa kedua fakultas tersebut, dari data penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa FPIK sebesar 45% kebanyakan mendapatkan uang saku sebesar $<Rp.1.000.000$ perbulanya. Selain uang saku tingkat konsumsi olahan ikan sarden ABC mahasiswa FPIK

banyak dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang perikanan. Dimana mereka dari segi pengetahuan mahasiswa FPIK lebih banyak mendapatkan pengetahuan mengenai ikan, dikarenakan jurusan yang mereka ambil memberikan pelajaran atau mata kuliah tentang ikan, yang termasuk gizi yang terkandung dalam ikan. Sehingga mahasiswa FPIK sadar akan kebutuhan tubuh mereka terhadap konsumsi ikan, hal ini yang akan mendorong mahasiswa FPIK untuk mengkonsumsi sarden merek ABC karena kesadaran diri mereka dan pengetahuan yang mereka dapat mengenai manfaat ikan.

Harga berpengaruh besar dalam keputusan mahasiswa FPIK dalam mengkonsumsi ikan sarden ABC, karena mayoritas mahasiswa FPIK menerima uang saku < Rp.1.000.000 perbulan, hal ini juga akan berimbas pada tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC jika terjadi kenaikan dan penurunan harga. Pada dasarnya kaleng sarden ABC merupakan salah satu makanan kaleng yang relatif cukup murah sehingga harga yang ditawarkan relatif cocok untuk kalangan mahasiswa, sehingga harga bisa menjadi faktor yang berpengaruh pada mahasiswa FPIK dikarenakan harga sarden ABC relatif murah dengan performa produk yang cukup baik. Harga pada mahasiswa FPIK menjadi faktor dominan. Apabila terjadi penurunan harga maka akan meningkatkan tingkat konsumsi sarden ABC pada kalangan mahasiswa FPIK. Sehingga apabila terjadi kenaikan harga akan menghambat mahasiswa FPIK dalam mengkonsumsi sarden ABC. Hal ini didukung uang saku yang didapatkan mahasiswa FPIK yang cenderung lebih sedikit perbulannya dibandingkan mahasiswa FISIP. Karena uang saku yang diterima mahasiswa FPIK tidak hanya untuk membeli ikan kaleng sarden ABC saja, namun juga untuk mengkonsumsi kebutuhan yang lain juga.

Harga adalah salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian oleh konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara tidak

terbatas (*absolut*) akan tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian.

Kualitas produk yang baik akan memberikan efek pada konsumen dalam mengonsumsi produk sarden ABC. Mahasiswa FPIK yang pada dasarnya menerima pengetahuan tentang ikan dan kualitas ikan yang baik untuk dikonsumsi akan menyebabkan mahasiswa dalam mempertimbangkan keputusan pembelian ikan kaleng sarden ABC berdasarkan kualitasnya. Disamping itu kualitas produk yang baik akan mempengaruhi citra merek yang baik dimata konsumen. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

Citra merek berpengaruh dalam tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC. Jika citra merek pada sarden ABC baik maka mahasiswa FPIK akan memilih untuk mengonsumsi ikan kaleng sarden merek ABC sehingga tingkat konsumsi sarden ABC makin tinggi. Apabila terjadi penurunan citra merek maka hal ini juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK.

Dari uang saku mahasiswa FISIP yang diperoleh sebanyak 43% mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar >Rp.2.000.000 perbulan. Uang saku yang diperoleh mahasiswa FISIP lebih banyak daripada yang diterima oleh mahasiswa FPIK perbulannya. Hal ini yang mendorong mahasiswa FISIP dalam mengonsumsi sarden ABC, dikarenakan uang saku yang mereka dapatkan lebih besar dari mahasiswa FPIK. Sehingga apabila uang saku yang didapatkan mereka lebih banyak maka akan mendorong mereka untuk meningkatkan konsumsi sarden ABC. Dari segi pengetahuan mahasiswa FISIP tidak mendapatkan pengetahuan mengenai ikan dalam mata kuliahnya, namun dari

hasil penelitian pengetahuan mahasiswa FISIP dapat dikatakan cukup baik. Hal ini dapat dikarenakan mahasiswa FISIP membaca dan mencari wawasan mengenai manfaat ikan diartikel sosial media atau buku. Hal ini yang menyebabkan mahasiswa FISIP mengetahui mengenai manfaat ikan untuk tubuh yang pada akhirnya menyebabkan mahasiswa FISIP mengambil keputusan untuk mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC. Dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC mahasiswa FISIP juga ditunjang dari uang saku yang mereka peroleh perbulannya yang dapat dikategorikan cukup banyak. Variabel harga pada mahasiswa FISIP banyak berpengaruh terhadap pembelian ikan kaleng sarden ABC. Apabila terjadi penurunan harga, maka mahasiswa FISIP akan lebih banyak mengkonsumsi sarden ABC, namun apa bila terjadi kenaikan harga mahasiswa FISIP akan menurunkan konsumsi mereka sedikit. Meskipun uang saku yang mereka dapatkan lebih banyak dibandingkan mahasiswa FPIK, namun bila terjadi kenaikan harga sedikit hal ini secara otomatis akan menurunkan tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FISIP juga.

Mahasiswa FISIP yang sedikit menerima pengetahuan tentang ikan namun mereka dapat menerapkan ilmu tersebut dikehidupan mereka dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC, namun kualitas produk cukup berpengaruh terhadap pembelian ikan kaleng sarden ABC dalam pembelian oleh mahasiswa FISIP. Dimana kualitas produk yang bagus akan memberikan pengaruh yang baik terhadap citra merek sarden ABC.

Citra merek yang baik akan memberikan pengaruh positif dalam pembelian suatu produk. Apabila suatu konsumen sudah loyal terhadap produk tersebut maka apabila produk tersebut terjadi kenaikan harga dan penurunan harga sedikit tidak terlalu menjadikan kendala pada seorang konsumen tersebut. Apabila sudah timbul loyalitas konsumen. Meskipun terjadi kenaikan harga akan tetapi citra merek produk ikan kaleng sarden ABC lebih baik, hal ini sedikit menghalangi

mahasiswa FISIP dibandingkan mahasiswa FPIK dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC, hal ini juga ditunjang oleh uang saku perbulan yang mereka peroleh perbulannya lebih banyak banyak.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui faktor dominan yang paling berpengaruh pada mahasiswa FPIK dan FISIP dalam tingkat konsumsi ikan sarden ABC adalah harga. Harga yang baik menunjukkan kualitas yang baik pula sehingga mahasiswa FPIK dan FISIP memutuskan untuk mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC. Variabel harga pada mahasiswa FPIK akan sangat berpengaruh terhadap tingkat konsumsi sarden ABC, hal ini dikarenakan apabila terjadi kenaikan penurunan harga maka konsumsi sarden ABC akan lebih meningkat. Namun apabila harga mengalami kenaikan maka akan menghambat mahasiswa FPIK dalam mengkonsumsi sarden ABC dikarenakan uang saku yang mereka dapatkan lebih sedikit dibanding mahasiswa FISIP. Namun meski begitu tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FPIK lebih tinggi dibanding mahasiswa FISIP. Hal ini dikarenakan wawasan atau pengetahuan manfaat ikan pada mahasiswa FPIK lebih banyak dibandingkan mahasiswa FISIP.

Variabel harga pada mahasiswa FISIP jika terjadi penurunan harga akan juga mengalami kenaikan konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FISIP, namun apabila terjadi kenaikan harga maka akan menurunkan jumlah konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FISIP meskipun uang saku yang mereka dapatkan banyak, namun tingkat konsumsi sarden ABC pada mahasiswa FISIP tidak sebanyak mahasiswa FPIK, hal ini dikarenakan pengetahuan mereka mengenai manfaat ikan kurang atau lebih sedikit dibandingkan mahasiswa FPIK. Disamping itu juga uang saku yang didapatkan mahasiswa tidak hanya untuk mengkonsumsi sarden ABC saja, namun juga untuk keperluan yang lain.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk

membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah atau harga terlalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan (Ferdinad, 2006).

Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Indonesia menetapkan angka konsumsi ikan pada tahun 2018 yaitu 50,65 kg/kapita. Sehingga dapat dilihat konsumsi ikan perbulanya sebesar 4,2 kg/kapita.

Responden FPIK (44 responden)

Konsumsi Ikan Kg/Kapita/Tahun = 50,65

Konsumsi Ikan Kg/Kapita/Bulan = $\frac{50,65}{12}$
= 4,2

$$FPIK = \frac{155 \text{ gram} \times \text{responden} \times \text{banyak konsumsi}}{\text{responden total fakultas}}$$

- **Konsumsi 4 kali dalam 1 bulan**

$$FPIK = \frac{155 \text{ gram} \times 5 \text{ responden} \times 4 \text{ kali dlm 1 bulan}}{44}$$

$$= 70,45 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 3 kali dalam 1 bulan**

$$FPIK = \frac{155 \text{ gram} \times 7 \text{ responden} \times 3 \text{ kali dlm 1 bulan}}{44}$$

$$= 73,97 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 2 kali dalam 1 bulan**

$$FPIK = \frac{155 \text{ gram} \times 13 \text{ responden} \times 2 \text{ kali dlm 1 bln}}{44}$$

$$= 91,59 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 1 kali dalam 1 bulan**

$$FPIK = \frac{155 \text{ gram} \times 19 \text{ responden} \times 1 \text{ kali dlm 1 bln}}{44}$$

$$= 66,93 \text{ gram}$$

Total Konsusmi 1 bln = 70,45 gram + 73,97 gram + 91,59 gram + 66,93 gram

$$= 302,94 \text{ gram}$$

$$= 0,30 \text{ kg}$$

Responden FISIP (44 responden)

Konsumsi Ikan Kg/Kapita/Tahun = 50,65

Konsumsi Ikan Kg/Kapita/Bulan = $\frac{50,65}{12}$

$$= 4,2$$

$$FISIP = \frac{155 \text{ gram} \times \text{responden} \times \text{banyak konsumsi}}{\text{responden total fakultas}}$$

- **Konsumsi 4 kali dalam 1 bulan**

$$FISIP = \frac{155 \text{ gram} \times 1 \text{ responden} \times 4 \text{ kali dlm 1 bulan}}{44}$$

$$= 14,09 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 3 kali dalam 1 bulan**

$$FISIP = \frac{155 \text{ gram} \times 4 \text{ responden} \times 3 \text{ kali dlm 1 bulan}}{44}$$

$$= 42,27 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 2 kali dalam 1 bulan**

$$FISIP = \frac{155 \text{ gram} \times 16 \text{ responden} \times 2 \text{ kali dlm 1 bln}}{44}$$

$$= 112,72 \text{ gram}$$

- **Konsumsi 1 kali dalam 1 bulan**

$$FISIP = \frac{155 \text{ gram} \times 23 \text{ responden} \times 1 \text{ kali dlm 1 bln}}{44}$$

$$= 81,02 \text{ gram}$$

$$\begin{aligned} \text{Total Konsusmi 1 bln} &= 14,09 \text{ gram} + 42,27 \text{ gram} + 112,72 \text{ gram} + 81,02 \text{ gram} \\ &= 250,1 \text{ gram} \\ &= 0,25 \text{ kg} \end{aligned}$$

Dilihat dari jumlah konsumsi kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK dalam satu bulanya secara keseluruhan mendapatkan 302,94 gram perbulanya atau 0,30 kg perbulan. Sehingga secara perorangan konsumsi ikan sarden mahasiswa FPIK sebesar 0,30 kg/kapita dalam satu bulan. Sedangkan pada mahasiswa FISIP didapatkan jumlah konsumsi sebanyak 250,1 gram perbulannya atau sebesar 0,25 kg perbulannya. Sehingga secara perorangan konsumsi ikan sarden mahasiswa FISIP sebesar 0,25 kg/kapita dalam satu bulan. Tingkat konsumsi sarden ABC yang dihitung pada laporan ini hanya sebagian kecil kontribusi dari konsumsi ikan secara keseluruhan. Tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden ABC pada kedua fakultas tersebut dikatan cukup sedikit. Hal ini bisa dikarenakan mahasiswa FPIK dan FISIP tidak hanya mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC saja, namun tidak menutup kemungkinan mahasiswa FPIK dan FISIP mengkonsumsi ikan segar atau olahan ikan lainnya. Ikan kaleng sarden ABC juga merupakan kategori instan, sehingga hal ini yang menjadikan mahasiswa FPIK dan FISIP tidak terlalu sering dalam mengkonsumsi makan ikan kaleng sarde ABC. Dengan adanya tingkat sarden ABC pada kedua fakultas tersebut cukup rendah, sehingga alangkah baiknya apabila kita sebagai mahasiswa meningkatkan pengetahuan mereka mengenai pentingnya ikan bagi tubuh. Selain itu dari segi podusen sarden ABC alangkah

baiknya apabila menetapkan harga sesuai dengan kantong mahasiswa.
Sehingga mahasiswa tidak segan untuk membeli sarden ABC.



6. KESIMPILAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang tingkat konsumsi olahan ikan kaleng sarden merek ABC dikalangan mahasiswa FPIK dan FISIP yang telah dijelaskan sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC pada mahasiswa FPIK dan FISIP rata-rata dari mereka memilih mengkonsumsi ikan sarden ABC dikarenakan praktis sehingga mudah untuk dikonsumsi dan rasanya cocok lidah masyarakat. kebanyakan dari mereka membeli ikan kaleng sarden ABC di minimarket terdekat. Disisi lain kendala mahasiswa dalam mengkonsumsi ikan kaleng sarden ABC adalah ikan kaleng merupakan makanan instan.
2. Hasil uji statistik bahwa 5 faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi ikan sarden ABC mahasiswa FPIK dan FISIP meliputi uang saku (X_1), pengetahuan (X_2), harga (X_3), kualitas (X_4) dan citra merek (X_5). Berdasarkan dari uji regresi yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi FPIK sebesar 86,2% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 86,2%, sisanya yaitu 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan pada mahasiswa FISIP didapatkan nilai sebesar 82% yang berarti variabel dependen (tingkat konsumsi) dipengaruhi oleh variabel independen (uang

saku, pengetahuan, harga, kualitas dan citra merek) sebesar 82%, sisanya yaitu 18% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

3. Faktor dominan pada mahasiswa FPIK dan FISIP dalam tingkat konsumsi ikan kaleng sarden ABC dapat dilihat dari uji t yang telah dilakukan. Hasil dari uji t yang telah dilakukan pada mahasiswa FPIK dan FISIP menunjukkan harga (X_3) sebagai variabel paling dominan dibanding dengan 4 variabel lainnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas ada beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini dan juga peneliti selanjutnya. Saran tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan sarden ABC lebih ditingkatkan dalam varian rasa. Selain itu juga lebih ditingkatkan dalam kualitas produk agar berdampak positif terhadap citra merek. Harga yang ditetapkan lebih disesuaikan dengan kantong mahasiswa.
2. Bagi mahasiswa FPIK dan FISIP lebih ditingkatkan lagi dalam mengkonsumsi ikan sarden ABC maupun olahan ikan lainnya. Meskipun ikan sarden ABC juga termasuk makan instan, namun masih banyak manfaat atau gizi yang terkandung dalam ikan sarden ABC untuk tubuh kita.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas objek penelitian, tidak hanya variabel uang saku, pengetahuan, harga, kualitas, dan citra merek saja sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang tingkat konsumsi sarden ABC.

4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan ketika memilih variabel harga, pada kuisisioner dicantumkan atau diberi pertanyaan mengenai barang itu sendiri dan barang pengganti atau barang substitusi.
5. Bagi peneliti selanjutnya apabila melakukan penelitian di dua fakultas, disarankan fakultas dijadikan salah satu variabel independen pada penelitian, dan melakukan regresi satu kali saja.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Hamid. 2007 “*Teori Belajar dan Pembelajaran*” Jakarta: Rineka Cipta.
- Andi Sunyoto. 2007. *Pemrograman Database dengan Visual Basic dan Microsoft SQL 2000*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Afianto dan Liviawati. 1989. Pengolahan dan pengawetan ikan. Kanisius. Yogyakarta.
- Ahmad, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Akbar P.S dan Usman. 2008. *Pengantar Statistika*, Jakarta : Bumi Aksara
- Aminah. S. 2005. *Gambaran Konsumsi Makanan dan Status Gizi Baduta (0-24 bulan) di Kelurahan Tanjung Leidong Kecamatan Kualah Leidong Kabupaten Labuhan Batu Propinsi Sumatra Utara*. Skripsi. FKMUSU
- Andreassen, T. W. 1994. “Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector”, *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7, No.2
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung
- Basu Swastha Dharmmesta. T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran “Analisa perilaku konsumen”*. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta
- Badan Pusat Statistik. 2008. Konsumsi Kalori dan Protein Penduduk Indonesia dan Propinsi. Buku 2. Badan Pusat Statistik Indonesia, Jakarta
- Budianto J. 2000. *Strategi Menuju Makan Sehat dan Implikasinya pada Ketersediaan Pangan*. Biro kerja sama IPTEK dan LIPI. Jakarta
- Cahyono Dwi. 2005. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Studi kasus Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Dahuri R. 2003. *Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia*. Gramedia, Jakarta.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Devore *et al.* 2009. Dietary intake of fish and omega-3 fatty acids in relation to long-term dementia risk. *American Journal Clinical Nutrition*, 90.

- Gendro Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*, BP UNDIP, Semarang
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gujarati, Damodar. 1991. *Ekonometrika Dasar*, Terjemahan, Erlangga: Jakarta
- Gujarati, Damodar. 1993. *Ekonometrika Dasar*, cetakan ketiga, Jakarta; Erlangga
- Haryadi, R. 2009. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta*. [Tesis S2]. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI): Yogyakarta.
- Ike-Elechi Ogba, dan Zhenzhen Tan. 2009. Exploring The Impact of Brand Image on Customer Loyalty and Commitment in China. *Journal of Technology Management in China*, Vol.4 No.2 pp 132-144.
- Istijanto, M.M.,M.Com. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Jonathan Sarwono. 2006. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM. 2003. "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Kasih Melati .2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstick Matte Dengan (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. Skripsi. Univeristas Sanata Dharma Yogyakarta
- Keller, Kevin L. 2003. "Conseptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equality," *Journal of Marketing*.
- Khomsan A. 2002. *Pangan dan Gizi untuk Kesehatan*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.

- Knapp Duane E. 2002. *The Brand Mindset*. London: McGraw Hill
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip .2000. "*Marketing Management*", Milenium Editions, Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip.2004. "*Marketing Manajemen*", 10 th edition, Jilid I, Pt Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller .2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kusumawati Dea .2017. *Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan Mahasiwa Fakultas Kedokteran)*. Skripsi. Universitas Brawijaya
- Lutfiah Ulfa, et al. 2015. *Pengaruh Jumlah Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*. Malang.
- Mardiana, Lina. 2013. *Daun Ajaib Tumpas Penyakit*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Muazin AL .2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Bekas (Studi Kasus Kosnumen Sepatu Bekas Di Kendari Beach)*. Skripsi
- Murniyati, A. S. Dan Sunarman. 2004. *Pendinginan Pembekuan Dan Pengawetan Ikan*. Kanisius. Jakarta.
- Moeljanto, R. P, Sumpeno, Soekirno, D. Dan Sosrowarjono, Wahjadi. 1978. *Usaha Peningkatan Mutu Ikan Sardine Kaleng*. Jurnal Penelitian Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan No. 1. Puslitbang Perikanan. Jakarta.
- Prabowo .2004. *Suplementasi Minyak Ikan Lemuru Pada Ransum Dasar Terhadap Kadar Kolesterol Telur, Titer Kekebalan ND dan Produksi Telur Ayam Petelur*. Tesis Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim. 2003. "*Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*", Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya
- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya. Bandung.
- Schiffman, Leon G., and Kanuk. 2008. *Costumer Behavior*. Edisi 7. Pearson Education Australia.

- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabenta, Bandung.
- Sukirno, Sadono, 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Speedy. 2003. Global production and consumption of animal source foods. *J. Nutr*, 2003, 133, 4048S—4053S.
- Stansby, M.E. 1990. *Fish Oils in Nutrition*. An Avi Book Publishing by van Nostrand Reinhold, New York.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi* (edisi ketiga). Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Suparmoko .1993. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*, BPFE BMG, Yogyakarta.
- Susanto, 2004. *Value Marketing. Paradigma Baru Pemasaran*. Quantum Bisnis & Manajemen. Jakarta.
- Suwetja. 2011. *Biokimia Hasil Perikanan*. Media prima aksara. Jakarta
- Utami. 2012. Laporan Fieldtrip pengetahuan bahan baku industri hasil perairan di Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Jawa Barat. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian. Bogor
- Wardlaw GM.2004. *Perspectives in Nutrition* 6th ed. McGraw Hill.
- Wirakusumah S E. 2008. *Mencegah Osteoporosis*. Jakarta
- Widodo, J. 2001. *Pengamatan Sanitasi Dan Higiene Di Unit Pengolahan PT. Maya Muncar*. Jakarta.

Van Gelder *et al.* 2007. Fish consumption, n-3 fatty acids, and subsequent 5-y cognitive decline in elderly men: the Zutphen Elderly Study. *Am J Clin Nutr.*



LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas FPIK

Validitas Item Pertanyaan Variabel Uang Saku

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,227	,341*	,289	,622**
	Sig. (2-tailed)		,138	,024	,057	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	,227	1	,473**	,493**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,138		,001	,001	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	,341*	,473**	1	,535**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,024	,001		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.4	Pearson Correlation	,289	,493**	,535**	1	,790**
	Sig. (2-tailed)	,057	,001	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
TX1	Pearson Correlation	,622**	,750**	,791**	,790**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Pengetahuan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,799**	,340*	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,024	,000
	N	44	44	44	44
X2.2	Pearson Correlation	,799**	1	,305*	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000		,044	,000
	N	44	44	44	44
X2.3	Pearson Correlation	,340*	,305*	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	,024	,044		,000
	N	44	44	44	44
TX2	Pearson Correlation	,881**	,877**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Harga

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,491**	,910**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,	,001	,000	,000
	N	44	44	44	44
X3.2	Pearson Correlation	,491**	1	,584**	,827**
	Sig. (2-tailed)	,001	,	,000	,000
	N	44	44	44	44
X3.3	Pearson Correlation	,910**	,584**	1	,926**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000
	N	44	44	44	44
TX3	Pearson Correlation	,881**	,827**	,926**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,
	N	44	44	44	44

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Kualitas

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,731**	,567**	,340*	,812**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,024	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.2	Pearson Correlation	,731**	1	,785**	,296	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,051	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.3	Pearson Correlation	,567**	,785**	1	,394**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,008	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.4	Pearson Correlation	,340*	,296	,394**	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,024	,051	,008	,	,000
	N	44	44	44	44	44
TX4	Pearson Correlation	,812**	,852**	,852**	,676**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,
	N	44	44	44	44	44

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Citra Merek

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TX5
X5.1	Pearson Correlation	1	,356*	,538**	,570**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,	,018	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.2	Pearson Correlation	,356*	1	,751**	,372*	,796**
	Sig. (2-tailed)	,018	,	,000	,013	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.3	Pearson Correlation	,538**	,751**	1	,350*	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,020	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.4	Pearson Correlation	,570**	,372*	,350*	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,020	,	,000
	N	44	44	44	44	44
TX5	Pearson Correlation	,772**	,796**	,847**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,
	N	44	44	44	44	44

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas FISIP

Validitas Item Pertanyaan Variabel Uang Saku

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,379*	,520**	,436**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,	,011	,000	,003	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	,379*	1	,147	,501**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,011	,	,342	,001	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	,520**	,147	1	,472**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,342	,	,001	,000
	N	44	44	44	44	44
X1.4	Pearson Correlation	,436**	,501**	,472**	1	,809**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,001	,	,000
	N	44	44	44	44	44
TX1	Pearson Correlation	,800**	,668**	,705**	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Pengetahuan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,584**	,336*	,816**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,026	,000
	N	44	44	44	44
X2.2	Pearson Correlation	,584**	1	,392**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,009	,000
	N	44	44	44	44
X2.3	Pearson Correlation	,336*	,392**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	,026	,009	,	,000
	N	44	44	44	44
TX2	Pearson Correlation	,816**	,849**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,
	N	44	44	44	44

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Harga

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,354*	,536**	,700**
	Sig. (2-tailed)		,018	,000	,000
	N	44	44	44	44
X3.2	Pearson Correlation	,354*	1	,454**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,018		,002	,000
	N	44	44	44	44
X3.3	Pearson Correlation	,536**	,454**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000
	N	44	44	44	44
TX3	Pearson Correlation	,700**	,844**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Kualitas

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,321*	,557**	,367*	,699**
	Sig. (2-tailed)		,033	,000	,014	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.2	Pearson Correlation	,321*	1	,505**	,525**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,033		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.3	Pearson Correlation	,557**	,505**	1	,553**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
X4.4	Pearson Correlation	,367*	,525**	,553**	1	,831**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
TX4	Pearson Correlation	,699**	,737**	,831**	,831**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Item Pertanyaan Variabel Citra Merek

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TX5
X5.1	Pearson Correlation	1	,645**	,736**	,378*	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,011	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.2	Pearson Correlation	,645**	1	,797**	,394**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,008	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.3	Pearson Correlation	,736**	,797**	1	,443**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,003	,000
	N	44	44	44	44	44
X5.4	Pearson Correlation	,378*	,394**	,443**	1	,728**
	Sig. (2-tailed)	,011	,008	,003		,000
	N	44	44	44	44	44
TX5	Pearson Correlation	,811**	,844**	,891**	,728**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3. Hasil Uji Reabilitas FPIK

Uji Reabilitas Variabel Uang Saku

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,7222

Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 3

Alpha = ,7366

Uji Reabilitas Variabel Harga

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 3

Alpha = ,8320

Uji Reabilitas Variabel Kualitas

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,7932

Uji Reabilitas Variabel Citra Merek

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,7930

Lampiran 4. Hasil Uji Reabilitas FISIP

Uji Reabilitas Variabel Uang Saku

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,7366

Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 3

Alpha = ,7032

Uji Reabilitas Variabel Harga

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 3

Alpha = ,6629

Uji Reabilitas Variabel Kualitas

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,7708

Uji Reabilitas Variabel Citra Merek

Reliability Coefficients

N of Cases = 44,0 N of Items = 4

Alpha = ,8169

Lampiran 5. Hasil SPSS Mahasiswa FPIK

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

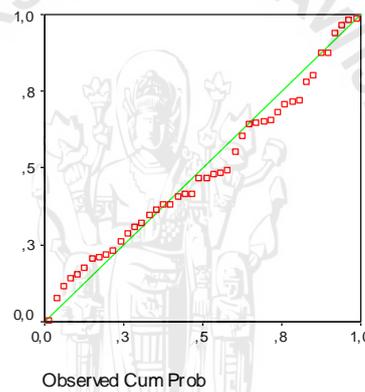
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,1363636
	Std. Deviation	2,59095883
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		,492
Asymp. Sig. (2-tailed)		,969

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Sta

Dependent Variable: Tingkat Kons

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Uang Saku	,952	1,050
	Pengetahuan	,951	1,051
	Harga	,985	1,015
	Kualitas	,970	1,031
	Citra Merek	,968	1,033

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,659	2,093		,793	,433
	Uang Saku	-,188	,213	-,203	-,886	,381
	Pengetahuan	,229	,218	,219	1,054	,299
	Harga	,179	,259	,157	,692	,493
	Kualitas	,097	,234	,098	,413	,682
	Citra Merek	-,226	,283	-,256	-,798	,430

a. Dependent Variable: ABSR2

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,839 ^a

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,928 ^a	,862	,844	,299

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Uang Saku, Kualitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,155	5	4,231	47,421	,000 ^a
	Residual	3,390	38	,089		
	Total	24,545	43			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Uang Saku, Kualitas

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,472	,371		-6,667	,000
	Uang Saku	,080	,038	,186	2,112	,041
	Pengetahuan	,091	,039	,188	2,354	,024
	Harga	,134	,046	,256	2,929	,006
	Kualitas	,091	,041	,201	2,187	,035
	Citra Merek	,118	,050	,291	2,352	,024

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Lampiran 6. Hasil SPSS Mahasiswa FISIP

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

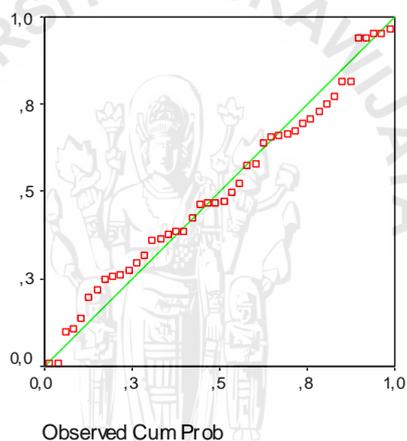
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,80018282
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,057
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,499
Asymp. Sig. (2-tailed)		,964

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Sta

Dependent Variable: Tingkat Kons

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Uang Saku	,917	1,090
	Pengetahuan	,972	1,029
	Harga	,975	1,025
	Kualitas	,950	1,052
	Citra Merek	,931	1,074

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,898	2,226		-,403	,689
	Uang Saku	,245	,135	,319	1,819	,077
	Pengetahuan	,206	,180	,209	1,146	,259
	Harga	-,130	,319	-,077	-,407	,687
	Kualitas	,059	,024	,394	1,683	,082
	Citra Merek	,012	,019	,102	,643	,524

a. Dependent Variable: ABSR1

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,852 ^a

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Pengetahuan, Harga, Kualitas, Uang Saku

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,820	,796	,342

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan, Harga

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,278	5	4,056	34,639	,000 ^a
	Residual	4,449	38	,117		
	Total	24,727	43			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas, Uang Saku, Pengetahuan, Harga

b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,293	,450		-5,100	,000
	Uang Saku	,080	,027	,246	2,928	,006
	Pengetahuan	,085	,039	,203	2,165	,037
	Harga	,171	,084	,240	2,046	,048
	Kualitas	,078	,036	,201	2,133	,039
	Citra Merek	,100	,044	,276	2,242	,031

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

