



ANALISIS PREFERENSI KONSUMSI IKAN SEGAR DAN IKAN OLAHAN DI KECAMATAN MOJOROTO, KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR

SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :
RIO RIREZZA PAHLEVI MALADI
NIM. 135080418113007



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017



ANALISIS PREFERENSI KONSUMSI IKAN SEGAR DAN IKAN OLAHAN DI KECAMATAN MOJOROTO, KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR

SKRIPSI

**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

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

Oleh :

**RIO RIREZZA PAHLEVI MALADI
NIM. 135080418113007**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**



SKRIPSI

ANALISIS PREFERENSI KONSUMSI IKAN SEGAR DAN IKAN OLAHAN DI KECAMATAN MOJOROTO, KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR

Oleh :

Rio Rirezza Pahlevi Maladi

NIM. 135080418113007

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 12 Juli 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

SK Dekan No : _____

Tanggal : _____

Menyetujui,

Dosen Penguji I

Dosen Pembimbing I

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal :

(Erlinda Indrayani S.Pi. M.Si)

NIP. 19740220 200312 2 001

Tanggal :

Dosen Penguji II

Dosen Pembimbing II

(Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP)

NIP. 19630511 198802 1 001

Tanggal :

(Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP)

NIP. 19640226 198903 2 003

Tanggal :

**Mengetahui,
Ketuan Jurusan**

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal:

RINGKASAN

RIO RIREZZA PAHLEVI MALADI. Laporan Skripsi Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan di Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. (dibawah bimbingan **Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si,** dan **Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP).**

Indonesia merupakan negara maritim yang terdiri dari beribu-ribu pulau dimana luas wilayah perairan lebih luas dibandingkan wilayah daratan Indonesia. Indonesia memiliki banyak wilayah laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil yang luas yang bermakna strategis sebagai pilar pembangunan ekonomi nasional. Selain memiliki nilai ekonomis, sumber daya kelautan juga mempunyai nilai ekologis, di samping itu, kondisi geografis Indonesia terletak pada geopolitis yang strategis, yakni antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia yang merupakan kawasan paling dinamis dalam arus percaturan politik, pertahanan, dan kemandirian dunia. Kondisi geo-ekonomi dan geo-politik tersebut menjadikan sektor kelautan sebagai sektor yang penting dalam pembangunan nasional.

Ikan merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup penting terutama untuk pertumbuhan anak-anak. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan nomor 41 tahun 2014, Kandungan zat gizi satu (1) porsi terdiri dari satu (1) potong sedang ikan segar seberat 40 gram adalah 50 Kalori, 7 gram protein dan 2 gram lemak. Kementerian Kelautan dan Perikanan telah melakukan suatu gerakan yang dinamakan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN). Tujuan dari gerakan ini antara lain untuk membangun kesadaran gizi individu maupun kolektif masyarakat Indonesia agar gemar mengonsumsi ikan. Preferensi konsumen sendiri dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, perbandingan tingkat konsumsi antara ikan segar dan ikan olahan, oleh masyarakat Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri dan faktor yang mempengaruhi konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.

Definisi ikan menurut UU nomer 45 tahun 2009 adalah segala jenis organisme yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada di dalam lingkungan perairan. Berdasarkan PERMEN-KP/NOMOR 35/ 2014 produk olahan adalah setiap hasil perikanan yang telah mengalami proses kimia atau fisika seperti pemanasan, pengasapan, penggaraman, pengeringan atau pengacaran dan lain-lain, baik yang berasal dari produk yang didinginkan atau produk beku, baik yang dikombinasikan dengan bahan makanan atau kombinasi dari beberapa proses.

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data pada Penelitian ini dengan menggunakan cara partisipasi aktif antara lain wawancara, observasi, kuisioner dan dokumentasi. Analisis Tingkat konsumsi ikan berdasarkan PERMEN-KP/No 35/ 2014 adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan. Pada dasarnya perhitungan konsumsi ikan adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan. Data yang diperoleh dibagi menjadi dua data primer dan data sekunder. Dari data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan analisis faktor dengan alat analisis SPSS 16. Adapun metode pendekatan analisis faktor yang digunakan adalah Analisis Faktor



Eksploratori (EFA). Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama (PCA = principle component analysis) yaitu suatu teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Campurejo, Kecamatan Mojoagung Kota Kediri. Kelurahan Campurejo merupakan salah satu dari 14 Kelurahan yang ada di Kecamatan Mojoagung. Kecamatan Mojoagung sendiri merupakan salah satu dari 3 kecamatan di Kota Kediri. Adapun pada penelitian ini variabel yang dipilih meliputi pendapatan, harga, kemasan, rasa, mudah diperoleh, pengaruh keluarga, kandungan gizi, informasi dan iklan.

Tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri yaitu sebesar 13,87 Kg/ kapita/ tahun dimana nilai untuk rata-rata konsumsi ikan segar sebesar 10,3 Kg per kapita per tahun dan rata-rata konsumsi ikan olahan sebesar 3,57 Kg per kapita pertahun dan masih sangat jauh dari target konsumsi ikan nasional yaitu 43,88 kg/ kapita/ tahun. Hasil ini didapatkan dari rata-rata konsumsi ikan dari seluruh responden pada penelitian. Sedangkan untuk rata-rata konsumsi per kapita selama satu bulan diperoleh sebesar 1,15 Kg per kapita per bulan.

Perbandingan konsumsi ikan segar dan ikan olahan dari masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri, dimana ikan segar sendiri terdiri dari ikan air laut dan ikan air tawar dan lebih didominasi oleh ikan air tawar. Salah satu yang menjadi penyebab masyarakat Kelurahan Campurejo lebih memilih ikan air tawar adalah karena ikan air tawar lebih mudah untuk ditemukan di tempat perbelanjaan baik di pasar ataupun di pedagang keliling. Nilai yang didapat adalah ikan air tawar 49 orang atau sebesar 51%, ikan air laut 25 atau sebesar 26% dan ikan olahan 22 orang atau sebesar 23%.

Melalui analisis faktor dapat diperoleh dua faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, faktor faktor tersebut adalah a) Faktor Pribadi terdiri dari harga dan mudah di dapat dan b) Faktor Psikologi terdiri dari kemasan, rasa dan pengaruh keluarga.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Laporan hasil penelitian Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.

Malang, 17 Juli 2017

Mahasiswa

Rio Rirezza Pahlevi Maladi

NIM. 135080418113007

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat dan Karunianya yang diberikan sehingga skripsi dengan judul **“Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan di Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Jawa Timur”** dapat diselesaikan tepat waktu. Ucapan terimakasih dan syukur saya ucapkan dengan dilaksanakannya skripsi, semoga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bias menjadi motivasi, inspirasi untuk masa yang akan datang. Untuk itu pada kesempatan ini disampaikan ucapan termikasih kepada :

1. Allah SWT Sang Pencipta, yang selalu memberikan berkah dan rahmat serta hidayahnya yang tidak ternilai sehingga laporan ini dapat diselesaikan.
2. Orang tua dan saudaraku yang selalu memberikan segalanya, doa restu dan motivasi untuk menyelesaikan Laporan Skripsi.
3. Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si, dan Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Imam Syaffi, SH, MH selaku Lurah Kelurahan Campurejo yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan bantuan pemberian datanya dan juga yang telah memberikan banyak nasehat, saran dan petunjuk dalam melaksanakan seluruh kegiatan penelitian.
5. Terimakasih juga kepada Tris Setyawati yang telah memberi motivasi tiada henti dan bersedia menjadi partner dalam perumusan sampai penyelesaian laporan ini.



6. Terimakasih juga kepada saudara Cahyo Wicaksono yang telah membantu dalam perumusan, sampai penyelesaian laporan ini.

7. Teman-teman satu kontrakan yaitu Ghulam Mudoffar, Arif Rahman dan Mirza Dianata yang telah memberikan support dan pemikirannya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan laporan skripsi ini.

8. Terimakasih juga kepada saudara Rangga Aditya, Bayu April Handogo, Mart Marsuky, Atni Rahmawati, Amelia Hudayana dan Cinytia June yang bersedia menjadi partner dalam penyelesaian laporan ini.

9. Sahabat seperjuangan Skripsi dari Universitas Brawijaya kampus 3 & 4 Kediri dan teman sebangkungan dan teman – teman angkatan 2013 yang telah memberikan *Support*.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ini.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapka puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa atas Rahmat dan Karunia yang diberikan sehingga proses penelitian sampai dengan penyusunan Laporan Skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya. Penulis menyusun Laporan Skripsi dengan judul: **“Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan di Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Jawa Timur”**.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak memiliki kekurangan dalam penulisan Laporan Skripsi ini, karena kesempurnaan sejatinya hanya milik Allah SWT. Oleh sebab itu penulis mengharapkan masukan serta kritikan yang sifatnya membangun. Hasil skripsi ini, dengan segala kekurangannya dipersembahkan kepada dunia pendidikan, semoga bisa bermanfaat.

Malang, 17 Juli 2017

PENULIS



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
1. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	5
1.4 Kegunaan	5
2. Tinjauan Pustaka	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori Konsumsi	11
2.3 Preferensi Konsumen	15
2.4 Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.4.1 Model Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.5 Ikan dan Olahan Ikan	20
2.5.1 Ikan	20
2.5.2 Olahan Ikan	21
2.6 Tingkat Konsumsi Ikan	22
2.7 Kebutuhan Nilai Gizi Manusia	23
2.8 Kerangka Penelitian	25
3. Metode Penelitian	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Sumber dan Jenis Data	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1 Wawancara	32
3.4.2 Kuisisioner	34
3.4.3 Observasi	35
3.4.4 Dokumentasi	35
3.5 Analisis Data	36



3.5.1 Analisis Kualitatif	36
3.5.2 Analisis Kuantitatif	37
4.Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	44
4.1 Letak Geografis dan Topografi Lokasi Penelitian	44
4.2 Keadaan Penduduk Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto.....	45
4.3 Keadaan Umum Perikanan.....	48
5. Hasil dan Pembahasan.....	51
5.1 Karakteristik Responden.....	51
5.1.1 Karateristik Responden Berdasarkan Usia	51
5.1.2 Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
5.1.4 Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
5.1.5 Karateristik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
5.2 Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	56
5.2.1 Alasan Membeli Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	56
5.2.2 Informasi Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan	57
5.2.3 Frekuensi Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	58
5.2.4 Tempat Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan	59
5.2.5 Cara Mengolah Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	60
5.2.6 Harga Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan	61
5.2.7 Kendala dalam Pembelian Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	62
5.2.8 Pengetahuan tentang Gizi Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	64
5.2.9 Rasa Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	65
5.2.10Tingkat Konsumsi per Kapita.....	65
5.4 Perbandingan Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan	67
5.3.1 Konsumsi Ikan Air Tawar.....	67
5.3.2 Konsumsi Ikan Air Laut.....	68
5.3.3 Konsumsi Ikan Olahan	68
5.3.4 Perbandingan Tingkat KONsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan	69
5.3 Analisis Faktor keputusan Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan	70
5.3.1 Variabel- variabel Preferensi Keputusan Pembelian Ikan	71
5.3.2 Analisis Faktor.....	81
5.3.3 Estimasi Commuality.....	82
5.3.4 Rotasi Faktor.....	83
5.4 Implikasi Keputusan Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan	90
6. Kesimpulan dan Saran	93
6.1 Kesimpulan.....	93
6.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Penelitian.....	6
Tabel 2. AKG yang dianjurkan untuk orang Indonesia (perorang perhari)	23
Tabel 3. Kandungan nilai protein dalam ikan per 100 gram	24
Tabel 4. Jenis dan sumber data yang dikumpulkan untuk penelitian	30
Tabel 5. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Matapencarian.....	42
Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Kesejahteraan Keluarga	43
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 13. Frekuensi Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan	50
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan	51
Tabel 15. Informasi Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	52
Tabel 16. Tentang Gizi Produk Ikan Kaleng	54
Tabel 17. Rasa Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan	55
Tabel 18. Harga Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan	56
Tabel 19. Pengalaman Buruk dalam Pembelian Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	57
Tabel 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Ikan Segar dan Ikan Olahan	59
Tabel 21. Cara Mengolah Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan	60
Tabel 22. Analisis Variabel Pendapatan Yang Dibelanjakan Untuk Membeli Ikan Segar dan Ikan Olahan	61
Tabel 23. Analisis Variabel Harga Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	62
Tabel 24. Analisis Variabel Kemasan Ikan Segar dan Ikan Olahan	63
Tabel 25. Analisis Variabel Rasa Ikan Segar dan Ikan Olahan	64
Tabel 26. Analisis Variabel Mudah Didapat Ikan Segar dan Ikan Olahan	65
Tabel 27. Analisis Variabel Pengaruh Keluarga Dalam Mengonsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan	66
Tabel 28. Analisis Variabel Gizi Ikan Segar dan Ikan Olahan	67
Tabel 29. Analisis Variabel Informasi Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	68
Tabel 30. Analisis Variabel Iklan Tentang Ikan Segar dan Ikan Olahan.....	69
Tabel 31. Barlett's Test Of Sphericity Dan Kaiser- Meyer-Olkin (KMO)	70
Tabel 32. Nilai MSA Variabel Penelitian	71
Tabel 33. Nilai Communalities	73
Tabel 34. Penentuan Jumlah Faktor.....	74
Tabel 35. Component Matrix	75
Tabel 36. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses keputusan Pembelian Konsumen	20
Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian	24
Gambar 3. Variabel digunakan dalam Penelitian	36
Gambar 4. Peta Kota Kediri	98



1. PENDAHULUAN

1.5 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara maritim yang terdiri dari beribu-ribu pulau dimana luas wilayah perairan lebih luas dibandingkan wilayah daratan Indonesia.

Indonesia memiliki banyak wilayah laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil yang luas yang bermakna strategis sebagai pilar pembangunan ekonomi nasional. Selain memiliki nilai ekonomis, sumber daya kelautan juga mempunyai nilai ekologis, di samping itu, kondisi geografis Indonesia terletak pada geopolitis yang strategis, yakni antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia yang merupakan kawasan paling dinamis dalam arus percaturan politik, pertahanan, dan kemanan dunia. Kondisi geo-ekonomi dan geo-politik tersebut menjadikan sektor kelautan sebagai sektor yang penting dalam pembangunan nasional (Maradong, 2016).

Ikan merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup penting terutama untuk pertumbuhan anak-anak. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan nomor 41 tahun 2014, Kandungan zat gizi satu (1) porsi terdiri dari satu (1) potong sedang ikan segar seberat 40 gram adalah 50 Kalori, 7 gram protein dan 2 gram lemak. Nilai protei yang terkandung dalam ikan belum sepenuhnya membuat masyarakat Indonesia gemar untuk mengkonsumsi ikan.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia juga telah melakukan kerjasama dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam rangka mempromosikan penggunaan pangan berbasis komoditas/produk perikanan. Kementerian Kelautan dan Perikanan telah melakukan suatu gerakan yang dinamakan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN). Tujuan dari gerakan ini antara lain untuk membangun kesadaran gizi individu maupun kolektif masyarakat Indonesia agar gemar mengkonsumsi ikan (Depkes, 2015).



Tingkat konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih rendah dibandingkan negara-negara di ASEAN. Tercatat konsumsi ikan Indonesia sebesar 32,24 kg/kapita/tahun, berada di peringkat kelima setelah Malaysia sebesar 58,1 kg/kapita/tahun, Myanmar sebanyak 55 kg/kapita/tahun, Vietnam sebanyak 33,20 kg/kapita/tahun dan Filipina sebesar 32,70 kg/kapita/tahun (Mongobay, 2016). Trend konsumsi ikan selama tahun 2011-2015 menunjukkan peningkatan sebesar 6,27 persen. Peningkatan konsumsi ikan selama 5 tahun terakhir adalah hasil dari berbagai upaya kampanye dan kegiatan tentang gemar ikan kepada masyarakat dan nilai rata-rata konsumsi ikan sebesar 36,12 kg/kap/tahun (KKP, 2016). Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan laut terus meningkat setiap tahunnya. Indeks konsumsi ikan masyarakat Indonesia di tahun 2016 ini sudah mencapai 40 kilogram (kg) per kapita per tahun. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun lalu yang berada di kisaran 37-38 kg per kapita per tahun (Detik, 2016).

Ikan merupakan salah satu bahan pangan yang mempunyai komposisi gizi cukup lengkap, memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan daging sapi dan ayam dan memiliki absorpsi lebih tinggi dibanding daging sapi dan ayam, hal ini disebabkan karena daging ikan memiliki serat-serat protein lebih pendek dari pada serat-serat daging sapi dan daging ayam. Manfaat mengkonsumsi ikan bagi kesehatan tubuh sangat banyak, antara lain membantu mencegah penyusutan otot, membantu pemulihan pada kulit dan tulang, membantu dalam pembentukan sel darah merah, membantu pembentukan kolagen dan jaringan dan merangsang pelepasan hormon pertumbuhan (Rahayu, 2015).

Konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri masih cukup rendah, Kepala Dinas Pertanian Kota Kediri mengatakan bahwa konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri masih rendah yakni 20%, lebih rendah dari persentase secara nasional yaitu



30%. Untuk meningkatkan konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri, pemerintah Kota Kediri pada tahun 2016 mengadakan GEMARIKAN dengan cara membagikan ikan dan olahan ikan secara gratis. Berdasarkan data Dinas Pertanian Kota Kediri pada tahun 2016 disebutkan, tingkat konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri berkisar antara 24-25 kg/ kapita tiap tahun, untuk target kedepan ditargetkan tingkat konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri bisa mencapai 35 kg / kapita tiap tahun. Pemerintah Kota Kediri terus berupaya dalam peningkatan konsumsi ikan dan produksi ikan dengan memberikan bantuan berupa kolam maupun benih ikan yang hendak dibudidayakan (PEMKOT Kediri, 2016).

Berdasarkan pemaparan diatas, kelurahan Campurejo merupakan salah satu kelurahan dari 14 kelurahan yang ada di Kecamatan Mojooroto Kota Kediri. Jumlah penduduk keseluruhan Kelurahan Campurejo berjumlah 8.042 jiwa dengan perbandingan laki-laki 3.990 dan perempuan 4.052 dengan jumlah keluarga sebanak 2.159 keluarga (BPS Kota Kediri 2016). Kelurahan Campurejo terdiri dari campuran pemukiman penduduk dan mahasiswa yang tinggal di Kota Kediri. Banyaknya jumlah penduduk di Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojooroto Kota Kediri memiliki peluang mengkonsumsi ikan yang cukup tinggi sehingga dapat mewakili konsumsi ikan di Kecamatan Mojooroto. Dengan demikian diperlukan penelitian dengan tujuan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat konsumsi ikan dan olahan ikan, terutama yang meningkatkan konsumsi ikan dan olahan ikan pada Kecamatan Mojooroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur.

1.6 Rumusan Masalah

Tingkat konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri masih dalam angka rendah, yaitu 20% per kapita dibandingkan tingkat konsumsi ikan nasional yang sudah



mencapai 30% per kapita. Pemerintah Kota Kediri terus berupaya dalam meningkatkan minat konsumsi ikan dan olahan ikan masyarakatnya. Peningkatan jumlah konsumsi ikan dan olahan ikan masyarakat Kota Kediri dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin dan pengetahuan masyarakat akan manfaat dalam mengkonsumsi ikan (PEMKOT Kediri, 2015).

Keputusan masyarakat dalam mengkonsumsi ikan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi ikan di tiap-tiap daerah berbeda beda. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi pangan yaitu faktor ekonomi dan harga, serta faktor sosio-budaya dan religi. Faktor pendidikan, tingkat pendapatan, tingkat pengetahuan tentang manfaat mengkonsumsi ikan dapat mempengaruhi tingkat konsumsi ikan di suatu daerah (Hartati, 2006). Preferensi konsumen sendiri dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan dari konsumen akan suatu barang dari beberapa barang yang lainnya. Preferensi konsumen dapat diartikan juga sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi Munandar (2013).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka perlu diadakan penelitian dengan judul “ Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan di Kecamatan Mojojoto Kota Kediri” untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi dasar bagi masyarakat Kota Kediri untuk mengkonsumsi ikan dan olahan ikan, dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat konsumsi ikan segar dan olahan ikan masyarakat Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur?



2. Bagaimana perbandingan tingkat konsumsi antara ikan segar dan ikan olahan, oleh masyarakat Kecamatan Mojooroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur?

3. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kecamatan Mojooroto Kota Kediri?

1.7 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kecamatan Mojooroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur.
2. Perbandingan tingkat konsumsi antara ikan segar dan ikan olahan, oleh masyarakat Kecamatan Mojooroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur
3. Faktor yang mempengaruhi konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kecamatan Mojooroto Kota Kediri.

1.8 Kegunaan

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Lembaga Akademisi

Sebagai sarana informasi dan menambah pengetahuan dalam menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan konsumsi ikan di Kota Kediri.

2. Masyarakat

Sebagai informasi bagi masyarakat sekitar akan pentingnya mengkonsumsi ikan dan manfaat yang didapat dari mengkonsumsi ikan bagi kesehatan. Dapat mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi ikan, baik ikan air tawar, ikan air laut ataupun olahan ikan.



3. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan pembuatan kebijakan yang terkait dalam hal peningkatan konsumsi ikan dan olahan ikan di Kota Kediri.

4. Pengusaha

Sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam membuka dan mengembangkan usaha di bidang perikanan, baik perikanan air tawar, perikanan air laut dan ikan olahan. Sebagai sarana informasi untuk pengusaha dalam menjalankan atau merencanakan usaha terkait faktor-faktor yang lebih baik digunakan dalam meningkatkan usaha, sehingga usaha dapat bersaing dalam pasar lokal.



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut Yudhistira (2014) dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif sedangkan metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif.

Pendekatan diskriptif kuantitatif adalah teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan

gambaran yang teratur tentang suatu peristiwa dengan observasi yang dapat dinyatakan dalam angka-angka. Pembahasan akan mengacu pada hasil

observasi lapangan yaitu survey dimana informasi yang diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner, skala likert dan variabel dummy sebagai skala pengukurannya. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa di kota Malang Jawa

Timur. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa yang menggunakan kartu pembayaran elektronik (debit dan kredit). Mengingat jumlah

populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel). Berdasarkan prosesnya, sampel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *accidental sampling* (pengambilan sampel secara kebetulan). Dalam penelitian

ini sampel yang diambil sebanyak 30 orang. Data primer langsung didapatkan dari responden, dengancara memberikan kuesioner serta wawancara yang

dilakukan sendiri oleh peneliti dari responden. Sedangkan data sekunder didapatkan dari observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke

objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

survey. Metode *survey* yang dilakukan yaitu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pada



penelitian ini menggunakan analisis deskriptif frekuensi dengan alat bantu yang digunakan untuk mencari keterkaitan diantara variabel-variabel tersebut adalah perangkat lunak atau *software SPSS16 for windows*. SPSS 16 yang merupakan *software berbasis windows* yang digunakan untuk menganalisa data statistik agar dapat diolah. Alur analisis data yang digunakan untuk mempermudah melakukan analisis data adalah penulis akan melakukan survey responden yang telah ditentukan oleh penulis, kemudian setelah data dari responden terkumpul maka penulis akan melakukan tabulasi data yaitu dengan memasukkan data dari responden ke dalam *microsoft excel*. Lalu setelah data dimasukkan ke dalam *microsoft excel* penulis mengolah data dengan menggunakan SPSS 16 menggunakan analisis deskriptif frekuensi.

Selanjutnya penelitian oleh Evia *et al* (2014) dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi Olahan ikan dalam kaleng, hubungan merek terhadap keputusan konsumen, serta segmentasi konsumen Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan korelasional. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Convenience Sampling dan memperoleh total responden sebanyak 75 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis Chi-square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) faktor-faktor yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi yaitu faktor internal dan eksternal produk yang terdiri dari variabel citarasa, higienitas, harga, selera, dan gizi. Kemudian faktor kualitas dan pemasaran produk yang terdiri dari kualitas, kemasan, promosi serta faktor sumber informasi konsumen yang terdiri dari sumber informasi; (2) Terdapat hubungan yang nyata antara merek dengan perilaku konsumen pada keputusan pembelian Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi; (3) Segmentasi



konsumen yang mengkonsumsi olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi umumnya memiliki pekerjaan berprofesi sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 40%, dengan pendidikan perguruan tinggi yang meliputi diploma, S1 dan S2 sebesar 62,6%, tingkat pendapatan konsumen yang berkisar Rp 2.100.000,00 – 3.000.000,00 dengan persentase 36%, serta usia konsumen berada pada usia dewasa (30-49 tahun) sebesar 48%.

Dalam penelitian preferensi konsumen oleh Zamhir (2014) menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif karena dalam penelitian ini dibutuhkan data yang berkaitan dengan suatu individu tertentu untuk menentukan preferensi produk dengan identifikasi keterkaitan antara pendapatan, harga, merek dan kualitas. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat suatu perumahan sedangkan metode pengambilan sampel dilakukan secara acak karena yang dijadikan responden adalah masyarakat yang tinggal dalam kawasan perumahan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh responden yang didapat. Metode yang akan dilakukan selanjutnya adalah melakukan uji statistik yaitu untuk mengetahui sejauh mana model yang digunakan dapat menjelaskan fenomena atau permasalahan yang ingin dilihat melalui penelitian ini. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi yang bisa digunakan untuk memprediksi (estimasi atau eksplanasi) permasalahan hubungan dan pengaruh. Hubungan pengaruh dalam logistik regresi merupakan hubungan pengaruh yang mana variabel terikatnya (dependent variable) variabel berskala nominal (binary).



Menurut Mulia (2015) pada penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat konsumsi ikan, perbandingan ikan air laut, ikan air tawar dan ikan olahan, dan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengonsumsi ikan. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian korelasi dengan menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuisioner dan observasi. Variabel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 11 variabel, yaitu pendapatan (X1), tahan lama (X2), harga ikan (X3), harga barang pengganti (X4), jumlah anggota keluarga (X5), tingkat pendidikan (X6), usia (X7), jenis kelamin (X8), gizi (X9), rasa (X10) dan promosi (X11). Data yang diperoleh pada penelitian ini diolah menggunakan program SPSS 16.0 for windows, untuk menganalisis pengambilan keputusan mengonsumsi ikan dengan menggunakan analisis deskriptif, sedangkan analisis preferensi konsumen terhadap atribut konsumsi ikan dengan menggunakan analisis faktor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan metode korelasi karena berhubungan melibatkan lebih dari satu variabel. Tujuan penggunaan metode korelasi untuk mengetahui ukuran kekuatan atau hubungan antara dua variabel atau lebih.

Pada penelitian preferensi konsumen oleh Fitri (2016) berdasarkan masalah yang diteliti, jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif merupakan teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran tentang suatu kejadian dengan observasi yang dinyatakan dengan angka. Pembahasan dalam penelitian ini mengacu pada hasil observasi yaitu berupa survei pada responden dengan menggunakan kuisioner dan skala likert sebagai alat pengukurannya untuk mendapatkan informasi. Pada penelitian



ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat yang ada di kota Malang yang menggunakan layanan e-money sebagai alat pembayaran. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Sampel ditentukan pada penggunaan yang telah memenuhi kriteria tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 101 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Metode wawancara juga digunakan dan ditujukan kepada para konsumen. Jenis wawancara yang digunakan tidak terstruktur karena tidak memasukkan situasi wawancara dengan urutan yang terencana. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu software SPSS yang digunakan untuk mencari keterikatan variabel-variabel tersebut.

2.2 Teori Konsumsi

Konsumsi merupakan pemakaian barang atau jasa hasil produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi dilakukan terus menerus oleh manusia untuk memenuhi titik kepuasan akan barang atau jasa yang dibutuhkan dalam menjalankan kegiatan setiap harinya. Kebutuhan manusia akan barang atau jasa tidak akan pernah habis, melainkan akan dapat bertambah ataupun berkurang seiring berjalannya kehidupan.

Konsumsi pangan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia dalam menjalankan hidup sehingga akan selalu adanya permintaan akan kebutuhan makanan. Menurut Yudaningrum (2011) bahan pangan sendiri dikelompokkan menjadi dua, yaitu bahan pangan yang berasal dari tumbuhan (nabati) dan bahan pangan yang berasal dari hewan (hewani). Pangan memiliki peranan penting dalam membentuk kualitas pertumbuhan sumber daya manusia



di suatu daerah. Kebutuhan manusia akan karbohidrat, protein, vitamin dan unsur lainnya sangat penting, sehingga guna meningkatkan sumberdaya manusia hendaknya diimbangi dengan peningkatan kualitas makanan yang dikonsumsi.

Secara garis besar, tingkat konsumsi ikan masyarakat, terkait dengan sisi permintaan (demand) dan sisi pasokan (supply). Pada sisi permintaan, masalah preferensi yang dipengaruhi kultur dan faktor sosial masih mempengaruhi keputusan dalam pembelian ikan, sedangkan pada sisi pasokan, atau ketersediaan, produksi dan distribusi masih menjadi kendala.

Sebagian masyarakat hanya mengetahui sedikit jenis ikan yang terdistribusi dekat dengan tempat tinggalnya. Informasi ini pada akhirnya menjadi preferensi pribadinya (Sokib, 2012). Dalam peningkatan konsumsi ikan dan olahan ikan suatu daerah sangatlah penting untuk memperhatikan strategi dalam pemasaran dan menjaga kualitas dari ikan dan olahan ikan tersebut.

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi dalam menjalankan hidup, baik kebutuhan secara individu ataupun kelompok. Kebutuhan manusia akan suatu barang ataupun jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup tidak akan pernah habis. Dalam permintaan konsumen silih berganti dalam berbagai hal kebutuhan selalu mengalami perubahan dan pergantian. Adapun beberapa teori konsumsi yang dikemukakan oleh para ahli antara lain:

a) Teori Konsumsi Friedman

Teori dengan hipotesis pendapatan permanen yang dikemukakan oleh Friedman. Menurut teori ini pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu pendapatan permanen (permanent income) dan pendapatan sementara (transitory income). Pengertian dari pendapatan permanen adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji, upah. Pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang (yang



menciptakan kekayaan). Pengertian pendapatan sementara adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya. (Mangkoesoebroto, 1998).

Friedman menganggap pula bahwa tidak ada hubungan antara pendapatan sementara dengan pendapatan permanen, juga antara konsumsi sementara dengan konsumsi permanen, maupun konsumsi sementara dengan pendapatan sementara. Sehingga MPC dari pendapatan sementara sama dengan nol yang berarti bila konsumen menerima pendapatan sementara yang positif maka tidak akan mempengaruhi konsumsi. Demikian pula bila konsumen menerima pendapatan sementara yang negatif maka tidak akan mengurangi konsumsi. (Suparmoko, 1991).

b) Teori Konsumsi Keynes

Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (average propensity to consume), turun ketika pendapatan naik. Ia percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia berharap orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka ketimbang si miskin. Secara singkat ada beberapa catatan mengenai fungsi konsumsi Keynes:

- a) Variabel nyata adalah bahwa fungsi konsumsi Keynes menunjukkan hubungan antara pendapatan nasional dengan pengeluaran konsumsi yang keduanya dinyatakan dengan menggunakan tingkat harga konstan.
- b) Pendapatan yang terjadi disebutkan bahwa pendapatan nasional yang menentukan besar kecilnya pengeluaran konsumsi adalah pendapatan nasional yang terjadi atau current national income.
- c) Pendapatan absolute disebutkan bahwa fungsi konsumsi Keynes variabel pendapatan nasionalnya perlu diinterpretasikan sebagai pendapatan nasional.

c) Teori Konsumsi Mankiw



Konsumsi menurut Mankiw (2000) “Konsumsi adalah barang atau jasa yang dibeli oleh rumah tangga konsumsi terdiri dari barang tidak tahan lama (Non Durable Goods) pertama adalah barang yang habis dipakai dalam waktu pendek, seperti makanan dan pakaian, Kedua adalah barang tahan lama (Durable Goods) adalah barang yang dimiliki usia panjang seperti mobil, televisi, alat-alat elektronik, Ketiga adalah jasa (Services) meliputi pekerjaan yang dilakukan untuk konsumen oleh individu dan perusahaan seperti potong rambut dan berobat ke dokter”.

Fungsi Konsumsi dapat dinyatakan dalam persamaan Mankiw (2003):

Fungsi Konsumsi ialah : $C = C_0 + cY$(1)

Dimana :

- C = konstanta atau konsumsi rumah tangga
- c = kecenderungan mengkonsumsi marginal
- C_0 = konsumsi
- Y = tingkat pendapatan

Ada dua konsep untuk mengetahui sifat hubungan antara pendapatan diaposibel dengan konsumsi dan pendapatan disposable dengan tabungan yaitu konsep kecenderungan mengkonsumsi dan kecenderungan menabung.

2.3 Preferensi Konsumen

Menurut Munandar (2013) Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan dari konsumen akan suatu barang dari beberapa barang yang lainnya. Preferensi konsumen dapat diartikan juga sebagai pilihan suka atau



tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi.

Preferensi menjadi suatu kebutuhan mutlak dalam sebuah analisis akhir. Kegiatan mengkonsumsi yang dilakukan oleh konsumen tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui beberapa tahapan. Preferensi sebagai salah satu bagian dari respon konsumen merupakan bagian yang penting dalam perilaku konsumen, karena preferensi akan menentukan produk yang akan digunakan oleh konsumen (Reinaldo, 2012). Asumsi preferensi konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan olahan ikan dalam penelitian ini menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengkonsumsi ikan dan olahan ikan sebagai makanan sehari-hari.

2.4 Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Griffin dalam Sangadji (2005) perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan dan proses psikologi yang mempengaruhi tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi. Menurut Kotler dalam Sangadji (2005) perilaku konsumen sebagai suatu studi tentang unit pembelian, bisa perorangan, kelompok atau organisasi. Masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

Menurut Sangadji (2013) keputusan konsumen dalam menentukan pilihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengkonsumsi barang atau jasa. Adapun 9 variabel utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dijabarkan sebagai berikut :



1) Pendapatan

Pendapatan adalah semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan tidak tetap. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup seseorang, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan orang tersebut untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

2) Harga

Harga merupakan unsur yang relatif karena ada sebagian dari konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga dan ada juga konsumen yang tidak mempertimbangkan harga dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. harga adalah nilai uang yang ditentukan secara global yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu produk atau pelayanan jasa yang diinginkan. Peranan harga tak lepas dari proses jual beli suatu produk atau jasa. Harga membantu konsumen untuk menentukan seseorang akan membeli barang atau tidak.

3) Kemasan

Packaging/kemasan, diartikan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan, terhadap benda lain. Menurut Kotler & Keller (2009) dalam sangadji (2013), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk.

4) Rasa



Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (taste buds) yg terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yg merupakan bagian dari cita rasa. Rasa ditimbulkan oleh senyawa yang larut dalam air yang berinteraksi dengan reseptor pada lidah dan indera perasa (trigeminal) pada rongga mulut. Saat ini ada 5 rasa dasar yang dapat dikenali oleh lidah manusia yaitu manis, pahit, asam, asin dan umami yang terbaru. rasa pada makanan memiliki pengertian sebuah reaksi kimia dari gabungan berbagai bahan makanan dan menciptakan sesuatu rasa baru yang dirasakan oleh lidah.

5) Mudah Diperoleh

Kemudahan dalam mendapatkan suatu produk merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam mengkonsumsi suatu produk. Kemudahan dalam mendapatkan suatu barang/produk dapat menjadi nilai tambah untuk menarik minat dari konsumen untuk membeli barang/produk tersebut. Konsumen cenderung lebih memilih barang/produk lain atau produk substitusi ketikan produk yang diinginkan susah untuk didapatkan.

6) Pengaruh Keluarga

Keanggotaan dalam suatu kelompok, setiap orang akan bergabung dengan kelompok-kelompok tertentu. Suatu kelompok akan mempengaruhi perilaku anggotanya, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Kelompok terkecil dalam suatu masyarakat adalah keluarga.

7) Kandungan Gizi

Gizi adalah elemen yang terdapat dalam makanan dan dapat dimanfaatkan secara langsung oleh tubuh seperti halnya karbohidrat,



protein, lemak, vitamin, mineral, dan air. Gizi yang seimbang dibutuhkan oleh tubuh, terlebih pada balita dan anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan. Selain pada balita, orang dewasa juga membutuhkan gizi untuk menjaga kesehatan dan kestabilan tubuh guna menjalankan aktifitas.

8) Informasi

Informasi dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak pengetahuan yang diingat atau dimiliki oleh seseorang. Menurut Enggel (2006) dalam Sangadji (2013) pengetahuan/informasi konsumen dibagi menjadi 3 bagian umum, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian. Konsumen cenderung mencari informasi lebih dari satu sumber untuk mendapatkan informasi lebih banyak akan produk yang akan dibeli/dikonsumsi.

9) Iklan

Iklan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memberitahu atau mengenalkan kepada konsumen tentang keberadaan sebuah produk agar dapat menaikkan penjualan. Secara tidak langsung iklan memberikan pengaruh besar terhadap pembelian suatu produk, semakin sering iklan itu muncul, maka akan semakin mudah diingat oleh konsumen.

2.4.1 Model Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Engel et al (2006) dalam Sangadji (2013) mengemukakan lima tahapan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, yaitu :

1. pengenalan kebutuhan

pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan di mana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.

2. pencarian informasi



pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan dalam ingatan (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).

3. evaluasi alternatif

evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk, dan memilih sesuai dengan keinginan konsumen. Pada proses ini konsumen membandingkan berbagai merk pilihan yang dapat memberikan manfaat kepadanya dan masalah yang dihadapinya.

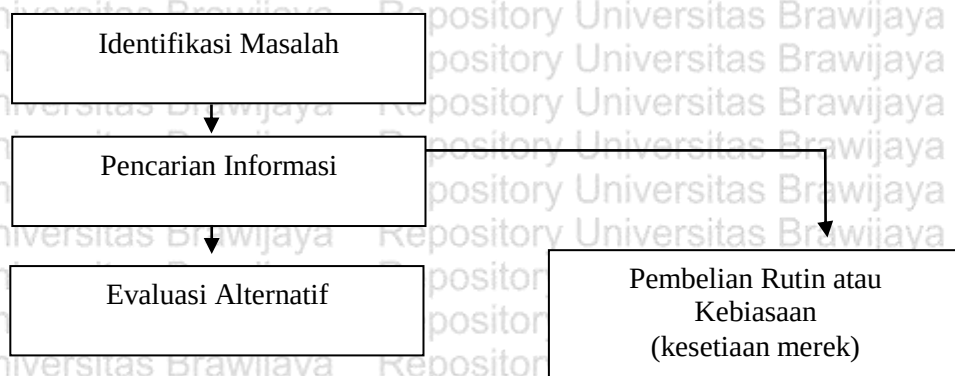
4. keputusan pembelian

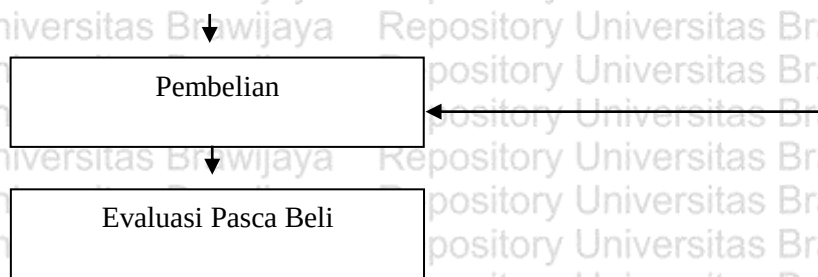
setiap tahap-tahap di atas dilakukan, pembeli akan menentukan sikap dalam pengambilan keputusan apakah membeli atau tidak. Jika memilih untuk membeli produk, dalam hal ini konsumen dihadapkan pada beberapa alternatif pengambilan keputusan seperti produk, merk, penjual, kuantitas dan waktu pembelian.

5. hasil

setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidak puasan. Tahap ini dapat memberikan informasi penting bagi perusahaan apakah produk dan pelayanan yang telah dijual dapat memuaskan konsumen atau tidak.

Jika digambarkan, kelima tahapan tersebut akan tampak seperti berikut.





Gambar 1. Proses keputusan Pembelian Konsumen

2.5 Ikan dan Olahan Ikan

2.5.1 Ikan

Definisi ikan menurut UU nomer 45 tahun 2009 adalah segala jenis organisme yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada di dalam lingkungan perairan. Secara sempit, ikan adalah semua jenis hewan yang tergolong dalam *kelas pisces* atau sering juga disebut dengan istilah ikan bersirip. Ikan sendiri dikategorikan menjadi 5 kategori, antara lain ikan bersirip, binatang berkulit keras, binatang berkulit lunak, binatang air lain dan tanaman air (Rahardjo dkk, 2011). Berdasarkan penggolongannya ikan diartikan semua hewan yang hidup di air adalah ikan, baik itu ikan secara fisik berupa ikan ataupun organisme yang hidup di perairan.

Menurut Purwaningsih (2010) kandungan ikan erat sekali kaitannya dengan kandungan lemak dan air. Ikan yang mengandung lemak rendah rata-rata memiliki nilai protein dalam jumlah besar. Hal ini disebabkan daging ikan memiliki sedikit sekali jaringan pengikat (tendon) sehingga sangat mudah dicerna oleh enzim autolisis. Kandungan lain dalam ikan diantaranya Vit.A, Vit.D, Vit.B6, Vit.B12 dan mineral-mineral penting untuk tubuh.

2.5.2 Olahan Ikan

Berdasarkan PERMEN-KP/NOMOR 35/ 2014 produk olahan adalah setiap hasil perikanan yang telah mengalami proses kimia atau fisika seperti



pemanasan, pengasapan, penggaraman, pengeringan atau pengacaran dan lain-lain, baik yang berasal dari produk yang didinginkan atau produk beku, baik yang dikombinasikan dengan bahan makanan atau kombinasi dari beberapa proses. Sedangkan menurut Mulia (2016) ikan olahan merupakan jenis ikan yang telah melewati upaya proses pengolahan baik tradisional ataupun modern. Sedangkan kegiatan pengolahan adalah rangkaian kegiatan dan atau perlakuan dari bahan baku ikan sampai menjadi produk akhir untuk konsumsi manusia. Terkait dengan ragam jenis pengolahan produk perikanan dan untuk memudahkan dan menyamakan persepsi, maka Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan mengelompokkan ragam pengolahan produk perikanan kedalam 10 (sepuluh) jenis, yaitu: penanganan produk segar, pembekuan, pengalengan, penggaraman/pengeringan, pemindangan, pengasapan/pemanggangan, pereduksian/ekstraksi, fermentasi, pelumatan daging ikan, lainnya.

2.6. Tingkat Konsumsi Ikan

Analisis Tingkat konsumsi ikan berdasarkan PERMEN-KP/No 35/ 2014 adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan (KKP, 2014). Pada dasarnya perhitungan konsumsi ikan adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan. Namun penjumlahan tersebut tidak bisa langsung dilakukan karena perlunya konversi untuk menyesuaikan satuannya. Oleh karena itu, metode perhitungan konsumsi sebagai berikut:

$$TKI = \sum_{i=1}^n KIDS + \sum_{i=1}^n KIDA + \sum_{i=1}^n KIMJ$$

Dimana:

TKI = Tingkat Konsumsi Ikan Indonesia



KIDS = Konsumsi Ikan & Udang Segar (i=1 untuk ekor kuning ...
dan seterusnya sampai ...n untuk udang segar lainnya)

KIDA = Konsumsi Ikan Dan Udang Asing/ Awetan (i=1 untuk kembung/peda
... dan seterusnya sampai ...n untuk udang asin/ awetanlainnya)

KIMJ = Konsumsi Ikan yang Dibeli dalam Bentuk Olahan/ Matangdalam
Kelompok Makanan/ Minuman Jadi.

Untuk perhitungan konsumsi ikan yang berasal dari kelompok
makanan/minuman jadi mangacu pada formula sebagai berikut:

$$KIMJ = ((PIMJ : PIS) \times 0,8) \times KIDS$$

Dimana:

PIMJ = Pengeluaran Ikan dari Kelompok Makanan/ Minuman Jadi

PIS = Pengeluaran dari Kelompok Ikan dan Udang Segar

0,8 = Nilai yang digunakan setelah dikurangi faktor jasa dan bumbu,
minyak goreng dan lainnya sebesar 20%

2.7 Kebutuhan Nilai Gizi Manusia

Protein merupakan suatu zat makanan yang sangat penting bagi tubuh,
karena zat ini disamping berfungsi sebagai zat pembangun dan pengatur, Protein
adalah sumber asam- asam amino yang mengandung unsur C, H, O dan N yang
tidak dimiliki oleh lemak atau karbohidrat. Molekul protein mengandung pula
posfor, belerang dan ada jenis protein yang mengandung unsur logam seperti
besi dan tembaga (Budianto, A.K, 2009).

Penggolongan protein berdasarkan asalnya dibagi menjadi 2, yaitu protein
yang berasal dari hewani dan protein yang berasal dari nabati. Protein hewani
terdiri dari daging, telur, ikan dan olahan yang berasal dari hewan, sedangkan
protein nabati terdiri dari kacang-kacangan, kedelai, tumbuh-tumbuhan dan
segala jenis hasil olahan yang berasal dari tanaman. Menurut Hardiansyah (2012)



berdasarkan macam asam amino yang menyusun polipeptid, protein dapat digolongkan menjadi 3, yaitu protein sempurna, protein kurang sempurna dan protein tidak sempurna. Protein sempurna adalah protein yang mengandung asam-asam amino lengkap, baik macam maupun jumlahnya dan dapat memenuhi kebutuhan pertumbuhan. Protein kurang sempurna adalah protein yang tidak dapat mencukupi kebutuhan pertumbuhan, namun hanya dapat mempertahankan kebutuhan jaringan yang sudah ada. Protein tidak sempurna adalah protein yang tidak dapat mencukupi untuk pertumbuhan dan mempertahankan kehidupan yang telah ada.



Berbagai sumber laut berupa ikan, udang dan kerang-kerangan merupakan sumber protei yang baik dikarenakan memiliki jumlah lemak yang lebih sedikit dibandingkan daging sehingga baik bagi komponen susunan hidangan rendah lemak. Selain memiliki protein tinggi dan rendah lemak ikan juga memiliki kandungan gizi antara lain kandungan asam omega 3, vitamin A & D, rendah kalori dan rendah lemak jenuh.

Tabel 3. Kandungan Nilai Gizi per 100 gram

Jenis ikan	Kalori (g)	protein (g)	Lemak (g)	Zat besi (g)
Ikan tengiri	112	21,4	2,3	0,9
Ikan tongkol	111	24	1	0,7
Ikan kakap	111	24	1	0,7
Ikan kembung	112	21,4	2,3	0,9
Ikan bawal	84	18,2	0,7	0,4
Ikan bandeng	84	14,8	2,7	0,3
Ikan mas	130	18,3	5,8	1,3
Ikan lele	84	14,8	2,3	0,3
Ikan teri	77	16	1	0,05
Ikan gabus	74	25,2	1,7	0,04
Ikan mujaer	84	18,2	0,7	0,4
Belut	112	21,4	2,3	0,9

Sumber: Departemen Kesehatan Republik Indonesia 2015



Dalam peningkatan ketahanan pangan dan gizi nasional, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) melakukan gerakan pendekatan pada masyarakat untuk mulai mengkonsumsi ikan. Gerakan ini selain untuk meningkatkan gizi dan ketahanan pangan nasional juga bertujuan untuk memajukan sektor perikanan nasional, baik perikanan tangkap ataupun perikanan budidaya.

2.8 Kerangka Penelitian

Perkembangan zaman yang semakin maju seperti sekarang ini sedikit berpengaruh pada pola konsumsi yang ada dalam masyarakat. Berbagai jenis kebutuhan hidup yang dibutuhkan oleh manusia juga mengalami peningkatan. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat tiap tahun menjadi faktor utama dalam peningkatan permintaan akan konsumsi barang/jasa. Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan akan makanan. Makanan merupakan sumber energi bagi manusia guna menjalani hidup. Salah satu sumber makanan berasal dari perairan, baik perairan tawar, perairan payau ataupun perairan laut.

Dalam pengambilan keputusan pembelian akan suatu barang, konsumen sering melewati berbagai tahapan dalam pengambilan keputusan sehingga pencapaian kepuasan konsumen kadang kurang maksimal. Berbagai faktor yang ada dalam diri manusia juga sering mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi suatu barang/jasa, di antara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ada 3 faktor utama di antaranya faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor sosial/lingkungan. Untuk mengetahui faktor yang menjadi preferensi utama dalam keputusan pembelian ikan dan olahan ikan maka digunakan analisis faktor.

Masyarakat sebagai konsumen memiliki keputusan tersendiri dalam menentukan kebutuhan pokok berupa makanan untuk dikonsumsi. Rendahnya tingkat konsumsi ikan masyarakat Indonesia membuat pemerintah mencetuskan Gerakan Memasyarakatkan Ikan (GEMARIKAN), hal ini ditujukan tidak lain untuk membangun kesadaran gizi individu dan kolektif masyarakat agar gemar mengonsumsi ikan, meningkatkan demand atau permintaan atas produk perikanan sehingga diharapkan berimplikasi pada peningkatan konsumsi ikan nasional dan meningkatkan asupan gizi yang berasal dari ikan. Dalam menganalisis tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat kelurahan campurejo kecamatan mojoroto kabupaten Kediri maka akan digunakan alisis konsumsi perkapita.



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian



3. Metode Penelitian

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian dengan judul Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri dilaksanakan di Kelurahan Campurejo, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Kelurahan Campurejo merupakan salah satu dari 14 Kelurahan yang ada di Kecamatan Mojoroto. Kecamatan Mojoroto sendiri merupakan salah satu dari 3 kecamatan di Kota Kediri. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari - Maret 2017.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan cara mengumpulkan data yang ada di lapang kemudian diolah menggunakan menggunakan program software SPSS dan hasil dari pengolahan data diinterpretasikan dalam bentuk kualitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariate), model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam satu uraian (Hasan, 2002). Metode pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode korelasi karena berhubungan melibatkan lebih dari satu variabel. Metode pelaksanaan yang digunakan ini bertujuan untuk menjawab tujuan dari penelitian yang berbentuk angka, serta mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lain. Dalam penelitian ini akan diketahui faktor-faktor



yang mempengaruhi konsumsi ikan dan olahan ikan pada masarakat Kecamatan Campurejo Kota Kediri.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara, interview atau observasi. Menurut Umar (2003) data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh mahasiswa sebagai obyek penulisan. Metode wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai dan dengan penebaran kuisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Menurut Sugiyono (2005) data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada mahasiswa, misalnya mahasiswa harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan mahasiswa, selain itu mahasiswa mempergunakan data yang diperoleh dari internet.



Berdasarkan jenisna data dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Pembagian data berdasarkan jenis dan sumbernya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. jenis dan sumber data ang dikumpulkan untuk penelitian

Sumber data	Jenis data
1. Data primer	
a. Karakteristik konsumen	
- Pekerjaan	Kualitatif
- Pendapatan	Kuantitatif
- Pendidikan	Kualitatif
- Jumlah anggota keluarga	Kuantitatif
b. Data preferensi	
- Kualitas (kesegaran)	Kualitatif dan Kuantitatif
- Rasa	Kualitatif dan Kuantitatif
- Alasan membeli	Kualitatif dan Kuantitatif
- Ukuran ikan	Kualitatif dan Kuantitatif
- Harga	Kualitatif dan Kuantitatif
- Cara mengolah	Kualitatif dan Kuantitatif
2. Data sekunder	
a. Keadaan umum lokasi	Kualitatif dan Kuantitatif
b. Data kependudukan	Kualitatif dan Kuantitatif

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dalam populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya



karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek penelitian ang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Kepala Keluarga (KK) di Kelurahan Campurejo dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) 2159 KK.

3.4.2 Sampel

a. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah Probability Sampling yaitu Simple Random Sampling, dikatakan simple karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memandang golongan dan strata sosial, karena populasi pada penelitian ini dapat dikatakan homogen atau sejenis. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung rumah warga Kelurahan Campurejo Kota Kediri.

b. Penentuan Jumlah Sampel

Adapun sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah salah satu anggota dalam suatu keluarga (Bapak/Ibu/Anak), anggota keluarga dipilih sebagai sampel karena dianggap mampu mewakili suatu keluarga. Dengan diketahuinya jumlah penduduk Kelurahan Mojoroto 8.042 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK)



2159 KK maka penentuan jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus

Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: Batas toleransi kesalahan

dengan menggunakan rumus Slovin maka dapat disimpulkan :

N: jumlah populasi (2159)

e: Batas toleransi kesalahan (10%)

$$n = 2159 / (1 + 2159 \times 10\%^2)$$

$$n = 95,57 \text{ dibulatkan } 96$$

jadi, jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

menurut suliyanto (2005), untuk melakukan penelitian menggunakan analisis

faktor, jumlah sampel minimal adalah empat sampai lima kali jumlah variabel

karena jumlah sampel yang diambil telah mewakili dari populasi. Jumlah tersebut

hanya dapat memenuhi syarat untuk dapat dilakukan analisis faktor. Variabel

dalam penelitian ini berjumlah 9 buah, sehingga sampel ideal yang diperlukan

sebanyak 45 ($9 \times 5 = 45$). Berdasarkan rumus Slovin diperoleh nilai n sebesar 96

artinya jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 96

responden. Jumlah tersebut telah memenuhi syarat dilakukan analisis faktor

karena sampel yang diambil lebih banyak (96) dari jumlah sampel minimal (45).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini meliputi wawancara, kuisioner,

observasi dan dokumentasi. Empat metode yang digunakan dalam pengumpulan



data ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian tentang perilaku konsumen dalam pembelian ikan dan olahan ikan di Kelurahan Campurejo kota Kediri.

3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan kemahasiswaan (Lerbin, 1992 dalam Hadi, 2007). Wawancara digunakan dalam teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam dan jumlah responden sedikit/kecil (Sugiyono, 2016). Adapun macam-macam wawancara sebagai berikut:

a) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Bila penelitian atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang diperoleh. Dalam melakukan wawancara, selain membawa instrumen pedoman dalam melakukan wawancara, maka pengumpul data bisa menggunakan alat bantu wawancara seperti tape recorder, gambar brosur dan alat bantu lain sehingga dapat mempermudah jalannya wawancara. Dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

b) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman dalam melakukan wawancara hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang responden, maka peneliti



dapat melakukan wawancara tidak terstruktur. Adapun informasi atau data yang diperoleh dalam wawancara tidak terstruktur sering bias.

Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung melakukan wawancara kepada sampel yang telah ditentukan. Dengan membagikan wawancara secara langsung, peneliti juga dapat melakukan pengisian kuisioner, observasi dan dokumentasi terhadap penduduk Kelurahan Campurejo, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri.

3.5.2 Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok di gunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat di berikan kepada responden secara langsung atau di kirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2016).

Pengukuran pada kuisioner yang akan digunakan pada penelitian menggunakan *Skala Likert*. Dikemukakan Sugiyono (2016) bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban yang digunakan dalam skala likert dalam penelitian ini adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini poin-poin tersebut diberi skor seperti berikut:

- (1) Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (selalu)
- (2) Skor 4 untuk jawaban setuju (sering)
- (3) Skor 3 untuk jawaban netral (kadang-kadang)



(4) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (hampir tidak pernah)

(5) skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (tidak Pernah)

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan secara langsung kuisisioner yang ditujukan kepada sampel yang telah ditentukan. Dengan membagikan kuisisioner secara langsung, peneliti juga dapat melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap penduduk Kelurahan Campurejo ,Kecamatan Mojooroto, Kota Kediri.

3.5.3 Observasi

Menurut Arifin (2011) Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2016).

Pada Penelitian ini observasi dilakukan pada masarakat Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojooroto. Mahasiswa melakukan observasi dengan cara membagikan kuesioner kepada respoden, melakukan dokumentasi dan wawancara tidak terstruktur agar dapat data yang diinginkan oleh peneliti untuk pembuatan laporan.

3.5.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek. Menurut Gottschalk (1986) dokumentasi adalah sebuah proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis. Menurut Sugiono (2013)



dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya nomenal dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, laporan harian, biografi. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap penggunaan dari metode observasi dan wawancara dalam mahasiswa kualitatif.

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan gambar dan video baik yang berhubungan langsung dengan penelitian sehingga dapat memudahkan analisa data lebih lanjut dan sebagai bukti untuk memudahkan proses analisis data yang didapat dari masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri.

3.6 Analisis Data

Metode yang digunakan penelitian adalah metode analisis kualitatif dan metode analisis Kuantitatif. Dua metode tersebut mendukung untuk menganalisis penelitian yang dilakukan untuk menjawab kesimpulan.

3.6.1 Analisis Kualitatif

Metode kualitatif disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang pola), dan disebut metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2016).

Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan kejadian atau suatu yang terjadi yang tidak dapat dijelaskan menggunakan angka atau sistematis. Pada penelitian ini digunakan untuk interpretasi hasil dari kuesioner yang dibagikan kepada responden dari karakteristik responden yang meliputi karakteristik responden terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan,



pekerjaan, pendapatan dan perilaku konsumen terdiri dari: frekuensi pembelian ikan kaleng, tempat pembelian produk, informasi produk, pengetahuan tentang kandungan gizi, rasa, harga, Kendala, alasan membeli dan cara mengolah produk.

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka- angka dan analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyonno, 2016).

Analisis kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan
2. Membandingkan tingkat konsumsi ikan segar (ikan air laut dan ikan air tawar) dan ikan olahan.
3. Mengetahui factor-faktor yang mendominasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di masyarakat Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojojoto Kota Kediri.

a) Analisis Konsumsi per Kapita

Dalam menjawab tujuan pertama dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojojoto Kota Kediri maka akan digunakan analisis konsumsi per kapita. Analisis Tingkat konsumsi ikan berdasarkan PERMEN-KP/No 35/ 2014 adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan (KKP, 2014). Pada dasarnya perhitungan konsumsi ikan adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi



ikan asin/awetan serta ikan olahan. Oleh karena itu, metode perhitungan konsumsi sebagai berikut:

$$TKI = \sum_{i=1}^n KIDS + \sum_{i=1}^n KIDA + \sum_{i=1}^n KIMJ$$

TKI = Tingkat Konsumsi Ikan Mojoroto

KIDS = Konsumsi Ikan Segar

KIDA = Konsumsi Ikan Awetan/ Asin

KIMJ = Konsumsi Ikan yang Dibeli dalam Bentuk Olahan/ Matang dalam Kelompok Makanan/ Minuman Jadi.

Untuk perhitungan konsumsi ikan yang berasal dari kelompok makanan/minuman jadi mangacu pada formula sebagai berikut:

$$KIMJ = ((PIMJ : PIS) \times 0,8) \times KIDS$$

Dimana:

PIMJ = Pengeluaran Ikan dari Kelompok Makanan/ Minuman Jadi

PIS = Pengeluaran dari Kelompok Ikan dan Udang Segar

0,8 = Nilai yang digunakan setelah dikurangi faktor jasa dan bumbu, minyak goreng dan lainnya sebesar 20%

b) Analisis Faktor

Dalam menjawab tujuan ketiga dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi ikan segar dan ikan olahan

masarakat Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri maka akan digunakan analisis faktor. Adapun metode pendekatan analisis faktor yang

digunakan adalah Analisis Faktor Eksploratori (EFA). Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama (PCA = principle component analysis) yaitu suatu

teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan. Pada

prinsipnya analisis faktor eksploratori di mana terbentuknya faktor-faktor atau variabel laten baru adalah bersifat acak, yang selanjutnya dapat diinterpretasi



sesuai dengan faktor atau komponen atau konstruk yang terbentuk. Analisis faktor eksploratori persis sama dengan analisis komponen utama (PCA). Dalam analisis faktor eksploratori di mana peneliti tidak atau belum mempunyai pengetahuan atau teori atau suatu hipotesis yang menyusun struktur faktor-faktornya yang akan dibentuk atau yang terbentuk, sehingga dengan demikian pada analisis faktor eksploratori merupakan teknik untuk membantu membangun teori baru.

Analisis faktor eksploratori merupakan suatu teknik untuk mereduksi data dari variabel asal atau variabel awal menjadi variabel baru atau faktor yang jumlahnya lebih kecil dari pada variabel awal. Proses analisis faktor eksploratori mencoba untuk menemukan hubungan antarvariabel baru atau faktor yang terbentuk yang saling independen sesamanya, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel laten atau faktor yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal yang bebas atau tidak berkorelasi sesamanya. Jadi antar faktor yang terbentuk tidak berkorelasi sesamanya. Pengelolaan data pada analisis faktor dibantu dengan menggunakan software SPSS 16 (*Statistica Package for Social Science*) for Windows. Menurut Wibisono (2003) dalam Nila *et al* (2014), model matematis dasar analisis faktor yang digunakan untuk setiap variabel independent X_i adalah sebagai berikut:

$$X_i = \sum_{j=1}^m A_{ij} F_j + b_i U_i$$

Keterangan:

X_i = Variabel independent ke- i



F_j = Faktor kesamaan ke-j

U_i = Faktor unik ke-i

A_{ij} = Koefisien faktor kesamaan

B_i = koefisiensi faktor unik

Menurut Sulyanto (2005), langkah-langkah dalam analisis faktor adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan masalah

Dalam merumuskan masalah memiliki dua tahapan pertama, tujuan dari analisis faktor harus jelas terlebih dahulu dan kedua, variabel variabel yang akan di sertakan dalam analisis faktor juga harus ditetapkan berdasarkan teori, riset, dan pendapat periset, demikian pula ukuran sample harus sesuai, setidaknya jumlah sampel harus empat atau lima kali variabel. Berdasarkan sumber yang didapat oleh peneliti terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat sehingga dapat dikelompokkan secara garis besar menjadi 9 variabel yang terdiri dari variabel pendapatan, harga, kemasan, rasa, mudah didapat, pengaruh keluarga, gizi, informasi dan iklan. Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa faktor apa saja yang terbentuk dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli ikan dan olahan ikan di kelurahan Campurejo kecamatan Mojooroto kota Kediri dengan pembagian menjadi 9 variabel.

Metode analisis

Analisis faktor

Variabel yang dianalisis

1. Pendapatan
2. Harga produk
3. kemasan
4. rasa
5. mudah diperoleh
6. pengaruh keluarga
7. gizi dalam produk
8. informasi
9. promosi/iklan produk



Gambar 3. Faktor dan Variabel Penelitian

Berdasarkan sumber yang didapat terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, peneliti membagi menjadi 9 variabel. Variabel yang akan diteliti peneliti berdasarkan berbagai sumber yang didapat, adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan (X1), Harga produk (X2), Kemasan (X3), Rasa (X4), Mudah diperoleh (X5), Peran dan pengaruh Keluarga (X6), Gizi dalam produk (X7), Informasi (X8) dan Promosi/iklan produk (X9).

b. Membuat matriks korelasi

Proses analisis faktor didasarkan pada matriks korelasi antara variabel yang satu dengan variabel-variabel lain, untuk memperoleh analisis faktor yang semua variabel variabelnya harus berkorelasi. Untuk menguji ketepatan dalam model faktor, uji statistik yang digunakan adalah barlett's test sphericity dan Kiser-Mayer-Olkin(KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya.

1. Nilai KMO sebesar 0,9 adalah baik sekali
2. Nilai KMO sebesar 0,8 adalah baik
3. Nilai KMO sebesar 0,7 adalah sedang/agak baik
4. Nilai KMO sebesar 0,6 adalah cukup
5. Nilai KMO sebesar 0,5 adalah kurang
6. Nilai KMO sebesar $< 0,5$ adalah ditolak

c. Penentuan jumlah faktor.



Penentuan jumlah faktor yang ditentukan untuk mewakili variabel-variabel yang akan dianalisis didasarkan pada besarnya *eigenvalue* serta persentase total variannya. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* sama atau lebih besar dari satu yang dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dari model.

d. Rotasi faktor.

Hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasi hubungan antar faktor dan variabel individual, namun dalam faktor-faktor tersebut banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Melalui rotasi faktor matriks, faktor matriks ditransformasikan ke dalam matriks yang lebih sederhana sehingga mudah diinterpretasikan. Rotasi faktor menggunakan prosedur varimax.

e. Interpretasi faktor.

Interpretasi faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel yang mempunyai factor loading minimum 0,4 sedangkan variabel dengan factor loading kurang dari 0,4 dikeluarkan dari model.

f. Penyeleksian surrogate variable.

Mencari salah satu variabel dalam setiap faktor sebagai wakil dari masing-masing faktor. Pemilihan ini didasarkan pada nilai factor loading tertinggi.

g. Model Fit (ketepatan model)

Tahap akhir dari analisis faktor adalah mengetahui ketepatan dalam memilih teknik analisis faktor antara *principal component analysis* dan *maximum likelihood* dengan melihat jumlah residual (perbedaan) antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang diproduksi. Semakin kecil persentase nilai residual (dalam



hal ini adalah nilai root mean square error = RMSE), maka semakin tepat penentuan teknik tersebut.



4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Topografi Lokasi Penelitian

Kelurahan Campurejo merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kelurahan Campurejo terletak pada koordinat $111^{\circ} 97'38.0''$ Bujur Timur dan $-7^{\circ}80'87.5''$ Lintang selatan. Kelurahan Campurejo memiliki jarak dengan pusat pemerintahan Kecamatan Mojoroto $\pm 3,3$ Km dan memiliki jarak $\pm 5,1$ Km dengan pusat pemerintahan Kota Kediri. Secara administrasi wilayah Kelurahan Campurejo dibatasi oleh:

- Sebelah Utara: Kelurahan Pojok
- Sebelah Timur: Kelurahan Lirboyo
- Sebelah Selatan: Kelurahan Tamanan
- Sebelah Barat: Kelurahan Pojok & Kecamatan Semen

Berdasarkan topografinya Kota Kediri dibagi menjadi 4 (empat) golongan dari luas wilayah, yaitu ketinggian diatas 0 meter-100 meter dpl membentang seluas 32,45%, ketinggian diatas 100 meter-500 meter dpl membentang seluas 53,83%, ketinggian diatas 500 meter-1.000 meter dpl membentang seluas 3,73% (Bappeda Kota Kediri, 2016).

Kelurahan Campurejo merupakan Kelurahan yang terletak di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri yang memiliki luas wilayah $123,56 \text{ Ha/m}^2$ dengan topografi dataran rendah. Adapun batas wilayah Kelurahan Campurejo yaitu: sebelah Utara Kelurahan Tambibendo dan Kelurahan Keraton, sebelah Timur berbatasan dengan Sungai Brantas, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Maesan dan Kelurahan Kedawung dan sebelah Barat Kelurahan Kedawung dan Kelurahan Keraton (Kelurahan Campurejo, 2016).



4.2 Keadaan Penduduk Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojojoto

Penduduk di Kelurahan Campurejo mayoritas adalah Suku Jawa, berdasarkan data kependudukan Kelurahan Campurejo tahun 2016, diperoleh data jumlah penduduk Kelurahan Campurejo sejumlah 8.042 jiwa dengan klasifikasi laki-laki sejumlah 3.990 jiwa dan perempuan 4.052 jiwa. Dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase	Keterangan
Laki-laki	3.990	49%	Jiwa
Perempuan	4.052	51%	Jiwa
Jumlah	8.042	100%	Jiwa

Sumber : Kelurahan Campurejo 2016

Berdasarkan data penduduk dalam tingkat pendidikan, sumberdaya manusia Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojojoto Kota Kediri ini sudah banyak terdapat penduduk yang pernah sekolah dimana jumlah penduduk yang sedang atau sudah tamat sekolah lebih besar daripada jumlah penduduk yang tidak tamat sekolah. Jumlah penduduk yang tamat SD sebanyak 553 orang, jumlah penduduk yang tamat SLTP sebanyak 786 orang, jumlah penduduk yang tamat SLTA sebanyak 786 orang, jumlah penduduk yang tamat S1 sebanyak 1650 orang, jumlah penduduk tamat S2 sebanyak 19 orang dan jumlah penduduk tamat S3 sebanyak 2 orang. Hal ini menyebabkan banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia, ditambah lagi di Kelurahan Campurejo terdapat sebuah Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan dan berbatasan langsung dengan Kelurahan Lirboyo yang terdapat sebuah Pondok Pesantren LIRBOYO, sehingga peluang untuk berwirausaha sangat besar. Selain menjadi salah satu pusat pendidikan di Kota Kediri, di Kelurahan Campurejo juga berbatasan langsung dengan Kelurahan Tamanan dimana terdapat Terminal Kota Kediri sehingga dari segi ekonomi



masyarakat sangat diuntungkan. Untuk lebih jelasnya data penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan pada tahun 2016

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	jumlah penduduk yang buta aksara dan huruf	0	0%
2	jumlah penduduk usia 3-6 yang masuk TK	89	1%
3	jumlah penduduk yang cacat fisik dan mental	3	0%
4	jumlah penduduk sedang SD	720	11%
5	jumlah penduduk tamat SD	553	8%
6	jumlah penduduk tidak tamat SD	0	0%
7	jumlah penduduk sedang SLTP	720	11%
8	jumlah penduduk tamat SLTP	786	12%
9	jumlah penduduk tidak tamat SLTP	0	0%
10	jumlah penduduk sedang SLTA	786	12%
11	jumlah penduduk tamat SLTA	786	12%
12	jumlah penduduk tidak tamat SLTA	16	0%
13	jumlah penduduk tamat D1	26	0%
14	jumlah penduduk tamat D2	23	0%
15	jumlah penduduk tamat D3	486	7%
16	jumlah penduduk tamat S1	1650	25%
17	jumlah penduduk tamat S2	19	0%
18	jumlah penduduk tamat S3	2	0%
19	jumlah penduduk tamat SLB A	0	0%
20	jumlah penduduk tamat SLB B	0	0%
21	jumlah penduduk tamat SLB C	2	0%

Sumber : Kelurahan Campurejo 2016

Dapat dilihat pada data bahwa tingkat pendidikan terbanyak yang ditempuh oleh penduduk Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto ini adalah lulusan S1 dengan jumlah 1650 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan terbanyak, dapat disimpulkan bahwa penduduk Kelurahan Campurejo memiliki nilai sumberdaya manusia yang cukup tinggi sehingga memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan dan pengenalan tentang segala hal yang berkaitan dengan produk perikanan. Oleh sebab itu, perlu adanya pengenalan



tentang produk perikanan sehingga banyak masyarakat kelurahan campurejo yang mulai memahami tentang pentingnya untuk mengkonsumsi ikan. Pengenalan juga tidak hanya terkait tentang pentingnya mengkonsumsi ikan, tetapi juga pengenalan tentang teknik pembenihan dan pembesaran ikan sehingga dapat membuka lapang pekerjaan baru dan dapat membantu penduduk yang lainnya dalam mencari pekerjaan terkait dalam bidang perikanan.

Data jumlah penduduk Kelurahan Campurejo berdasarkan matapencaharian tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Matapencaharian Tahun 2016

No	Mata Penaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	16	1%
2	Buruh Tani	125	9%
3	Pegawai Negri/Pemerintah	474	33%
4	Swasta	31	2%
5	Usaha Perikanan	0	0%
6	Usaha Peternakan	0	0%
7	Industri& Kerajinan Rumah Tangga	719	50%
8	Usaha Warung, Rumah Makan & Restaurant	20	1%
9	TNI & POLRI	52	4%
10	Lain-lain	9	1%

Sumber : Kelurahan Campurejo 2016

Pada Tabel 7 menunjukan bahwa komposisi penduduk berdasarkan mata pencaharian masyarakat Kelurahan Campurejo. Berdasarkan data pada Tabel 7 bisa terlihat bahwa penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani sebanyak 16 jiwa, buruh tani sebanyak 125 jiwa, pegawai negeri/pemerintahan sebanyak 474 jiwa, pegawai swasta 31, usaha perikanan sebanyak 0 jiwa, usaha peternakan sebanyak 0 jiwa, industridan kerajinan rumah tangga sebanyak 719 jiwa, usaha warung, rumah makan dan restaurant sebanyak 20 jiwa, berprofesi sebagai TNI dan POLRI sebanyak 52 jiwa dan lain-lainsebanyak 9 jiwa. Disini



terlihat bahwa masyarakat penduduk Kelurahan Campurejo merupakan masyarakat dengan mayoritas penduduk sebagai pegawai pemerintahan (PNS) dan industri dan kerajinan rumah tangga. Terkait dalam bidang perikanan, kegiatan perikanan seperti budidaya dan pembesaran ikan pada Kelurahan Campurejo tidak terdapat atau nihil. Dengan tidak adanya pelaku usaha perikanan, hendaknya pengenalan tentang dunia perikanan diadakan sehingga masyarakat mulai memahami banyaknya peluang usaha di bidang perikanan. Data jumlah penduduk Kelurahan Campurejo berdasarkan tingkat kesejahteraan keluarga dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Kesejahteraan Keluarga

Angkatan Kerja	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1. Jumlah keluarga prasejahtera	202	8%
2. Jumlah keluarga sejahtera 1	279	11%
3. Jumlah keluarga sejahtera 2	290	11%
4. Jumlah keluarga sejahtera 3	890	35%
5. Jumlah keluarga sejahtera 3 plus	871	34%

Sumber : Kelurahan Campurejo 2016

Pada Tabel 8 jumlah penduduk berdasarkan tingkat kesejahteraan keluarga terdapat 202 keluarga prasejahtera, 279 keluarga sejahtera 1, 290 keluarga sejahtera 2, 890 keluarga sejahtera 3 dan 871 keluarga sejahtera 3 plus. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan keluarga pada Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto didominasi oleh keluarga sejahtera 3.

4.3 Keadaan Umum Perikanan

Kota Kediri merupakan salah satu daerah di provinsi Jawa Timur dengan wilayah seluas 63,40 km². Sebagai salah satu kota yang wilayahnya dipisahkan oleh aliran sungai brantas, hal ini berdampak pada perairan di Kota Kediri yang memiliki potensi di bidang perikanan air tawar. Wilayah Kota Kediri terbagi menjadi 3 kecamatan yaitu Kecamatan Mojoroto, Kecamatan Kota dan



Kecamatan Pesantren. Wilayah barat sungai secara keseluruhan termasuk dalam wilayah Kecamatan Mojoroto dengan luas 24,6 km², dan timur sungai sebagian termasuk dalam wilayah Kecamatan Kota dan Kecamatan Pesantren masing-masing dengan luas wilayah 14,9 km² dan 23,9 km².

Sumber pengairan Kota Kediri terdiri dari 7 sungai yang melintas Kota Kediri, yaitu Sungai Kresek sepanjang 5,87 km², Sungai Kedak 5,84 km², Sungai Brantas 7,11 km², dan Sungai Ngampel 1,38 km², Sungai Tawang 7,46 km² dan Sungai Brono 1,93 km. Dari ketujuh sungai tersebut yang terkenal dan menjadi legenda bagi masyarakat Kediri dan Propinsi Jawa Timur sampai saat ini adalah Sungai Brantas. Selain dari aliran sungai, sumber pengairan untuk memenuhi kebutuhan masarakat Kota Kediri juga berasal dari pengeboran sumber air dalam tanah.

Letak Kota Kediri yang berada di tengah-tengah Kabupaten Kediri dan memiliki jarak yang jauh dari pantai mengakibatkan minat konsumsi dan pengetahuan akan jenis ikan air tawar lebih tinggi dari pada ikan air laut ataupun ikan air payau. Dilain pihak, letak goeografi Kota Kediri yang jauh dari pantai juga berpengaruh pada usaha budidaya ikan di wilaah kota kediri yang seluruhnya melakukan usaha budidaya ikan air tawar (ikan konsumsi dan ikan hias). Sebagian besar pembuididaya di Kota Kediri memilih untuk melakukan pembenihan ikan hias dengan jumlah benih yang dihasilkan dalam satu tahun mencapai 37.130.050 ekor ikan hias, sedangkan untuk benih ikan konsumsi seperti ikan lele dan ikan nila dihasilkan benih sebanyak 8.181.000 ekor (PEMKOT Kediri, 2016).

Berdasarkan hasil produksi dibidang perikanan Kota Kediri pada tahun 2016, dengan jumlah pembuididaya (pembenihan dan pembesaran) ikan sebanyak 488 orang dapat menghasilkan 202.650kg. Hasil produksi perikanan Kecamatan



Mojoroto pada tahun 2016 mencapai 74.890 kg, jumlah ini lebih besar dari dua kecamatan lain yaitu Kecamatan Pesantren sebesar 63.160 kg dan Kecamatan Kota sebesar 64.600 kg. Sedangkan untuk tingkat konsumsi ikan masarakat Kota Kediri tahun 2016 masih tergolong rendah yaitu 25 kg/ kapita/ tahun yang masih jauh dari target konsumsi ikan nasional yaitu 43,88 kg/ kapita/ tahun. Peningkatan tingkat konsumsi ikan masarakat Kota Kediri hendaknya juga diimbangi dengan peningkatan tingkat produksi ikan, baik ikan hasil budidaya di Kota Kediri ataupun dapat mendatangkan dari wilayah sekitar Kota Kediri seperti dari Kabupaten Kediri, Tulungagung, Blitar dan Trenggalek.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah salah satu dari anggota sebuah keluarga di Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri yang berjumlah 96 responden yang sesuai dengan kriteria dan bersedia memberikan jawaban atas kuesioner dari peneliti yang meliputi biodata responden yang meliputi nama, usia, alamat, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan responden dan jumlah anggota keluarga. Pemilihan salah satu anggota keluarga untuk menjadi responden pada penelitian karena satu anggota dalam sebuah keluarga dapat mewakili satu keluarga keseluruhan. Metode penarikan sampel sebagai responden penelitian menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan hasil 95,57 dibulatkan menjadi 96 responden dengan 9 variabel penelitian dengan menggunakan pengukuran skala likert.

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pengisian dari kuesioner yang telah disebar terhadap 96 responden di Kelurahan Campurejo kota Kediri, di peroleh data responden berdasarkan tingkatan usia dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	15-19	13	14
2	20-29	29	30
3	30-39	16	17
4	40-49	15	16
5	50 Keatas	23	24
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah



Proporsi responden berdasarkan tingkat usia adalah sebanyak 3 orang atau 6,7% untuk kelompok usia antara 15 tahun sampai 19 tahun, sebanyak 12 orang atau 26,7% untuk kelompok usia antara 20 tahun sampai 29 tahun, 17 orang atau 37,8% untuk kelompok usia antara 30 tahun sampai 39 tahun, 10 orang atau 22,2% yang berusia 40 tahun sampai 49 tahun dan 2 orang atau 4,4% untuk kelompok usia antara 50 tahun keatas. Pembagian tingkatan usia responden terbanyak adalah kelompok usia antara 28 tahun sampai 35 tahun. Penggolongan tingkatan usia pada responden dapat dikatakan layak dan mampu menilai sesuatu dengan objektif.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari pengisian kuesioner oleh responden di Kelurahan Campurejo kota Kediri, didapatkan data responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-laki	48	50
2	Perempuan	48	50
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Proporsi responden berdasarkan Jenis Kelamin adalah 96 orang atau 100% dengan perbandingan jumlah laki-laki sebanyak 48 orang dan jumlah perempuan sebanyak 48 orang. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa pembagian sampel berdasarkan jenis kelamin sama rata, hal ini tidak lepas dari rumusan sampel bahwa salah satu anggota keluarga dapat mewakili seluruh anggota keluarga sehingga dapat dijadikan responden pada penelitian ini.



5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dan latar belakang seseorang akan mempengaruhi kehidupannya di dalam masyarakat, kedua akan menjadi dasar berfikir dan mengungkapkan pendapat dalam sebuah pengambilan keputusan termasuk di dalamnya keputusan pembelian produk. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo kota Kediri, didapatkan data responden berdasarkan tingkat pendidikan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SD	4	4
2	SMP/SLTP	17	18
3	SMA/SMU/SLTA	50	52
4	S1	25	26
5	S2 & S3	0	0
	Jumlah	96	100

Sumber : Hasil Survei, 2016

Proposi responden berdasarkan tingkat pendidikan bahwa 4 orang adalah lulusan SD, 17 adalah lulusan SMP, 50 orang adalah lulusan SMA, 25 orang lulusan S1 dan 0 orang adalah lulusan S2 & S3. Dengan paling dominan adalah lulusan SMP/SLTP dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden cukup mengerti tentang pendidikan.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status seseorang sangat memiliki pengaruh yang besar terhadap pola konsumsi. Faktor ini juga berkaitan dengan status perekonomian seseorang yang menjadi dasar keputusan dalam membeli sebuah produk. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri,



didapatkan data responden berdasarkan Status sebagaimana dapat dilihat pada

Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Satatus	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Wiraswasta	23	24
2	PNS	13	14
3	Pegawai Swasta	7	7
4	Mahasiswa	14	15
5	Pelajar	11	11
6	Ibu Rumah Tangga	21	22
7	Lain-lain	7	7
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarakan, didapatkan data status responden sebanyak 23 orang atau 24% sebagai wiraswasta, 13 orang atau 14% bekerja sebagai pegawai negeri sipil, 14 orang atau 15% sebagai mahasiswa, 11 orang atau 11% sebagai pelajar, 7 orang atau 7% sebagai Pegawai Swasta, sebanyak 21 orang atau 22% berstatus sebagai Ibu rumah Tangga dan sebanyak 7 orang atau 7% lain-lain.

Sesuai dengan data yang telah didapatkan, dapat diketahui bahwa status responden didominasi oleh wiraswasta sebesar 24% dan Ibu rumah tangga sebesar 21%, Sehingga responden dapat dianggap memahami tentang produk-produk ikan, baik ikan segar maupun ikan olahan. Sebagian besar ibu rumah tangga yang menjadi responden berperan dalam mengatur dan membeli kebutuhan makanan dalam keluarga masing-masing di wilayah Kelurahan Campurejo kota Kediri.



5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan yang didapatkan oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapatkan data responden berdasarkan pendapatan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	< Rp 999.000	21	22
2	Rp 1.000.000- Rp 1.999.999	30	31
3	Rp 2.000.000- Rp 2.999.999	24	25
4	Rp 3.000.000- Rp 3.999.999	16	17
5	Rp 4.000.000- Rp 4.999.999	4	4
6	➢ Rp 5.000.000	1	1
		96	100

Sumber : Hasil Survei, 2016

Berdasarkan hasil kuisisioner, diketahui tingkat pendapatan para responden sebanyak 21 responden atau 22% berpendapatan kurang dari Rp 999.000, sebanyak 30 responden atau 31% berpendapatan Rp 1.000.000- Rp 1.999.999, sebanyak 24 responden atau 25% berpendapatan Rp 2.000.000- Rp 2.999.999, sebanyak 16 responden atau 17% berpendapatan Rp 3.000.000- Rp 3.999.999, sebanyak 4 responden atau 4% berpendapatan Rp 4.000.000- Rp 4.999.999 dan 1 Responden atau 1% berpendapatan 5.000.000 keatas. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa lebih dari 31% berpendapatan Rp1.000.000 – Rp1.999.999 hal ini terbukti di sekitar Kelurahan Campurejo Kota Kediri memiliki kemampuan untuk membeli dan mengatur uang untuk pola konsumsi keluarga masing- masing.



5.2 Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Ikan Segar dan ikan olahan.

5.2.1 Frekuensi Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan

Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, diperoleh data frekuensi responden membeli ikan segar dan ikan olahan selama satu minggu sebagaimana dapat dilihat pada

Tabel 14.

Tabel 14. Frekuensi Pembelian Ikan Segar dan ikan olahan

No	Frekuensi	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	1 kali dalam satu minggu	48	50
2	2 kali dalam satu minggu	20	21
3	3 kali dalam satu minggu	19	20
4	4 kali / lebih dalam satu minggu	3	3
5	Tidak Pernah	6	6
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Proporsi karakteristik responden berdasarkan frekuensi dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan adalah 48 orang atau 50% membeli produk ikan segar dan ikan olahan setiap 1 kali dalam satu minggunya, 20 orang atau 21% membeli produk ikan segar dan ikan olahan setiap 2 kali dalam satu minggunya, 19 orang atau 20% membeli produk ikan segar dan ikan olahan setiap 3 kali dalam satu minggunya, 3 orang atau % membeli produk ikan segar dan ikan olahan setiap 4 kali atau lebih dalam satu minggunya dan sebanyak 6 orang atau 6% tidak pernah mengkonsumsi ikan karena beberapa alasan.

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa responden dengan frekuensi pembelian ikan segar dan ikan olahandominasi oleh 1 kali dalam satu minggu yaitu sebanyak 48 orang atau 50%. Uruatanke -2 adalah adalah sebanyak 20



orang atau 21% membeli produk ikan segar dan ikan olahan sebanyak 2 kali dalam satu minggu. Sedangkan terdapat 6 orang atau 6% penduduk memilih untuk tidak mengonsumsi ikan, baik ikan segar ataupun ikan olahan dikarenakan berbagai alasan. Ketersediaan produk perikanan di Kota Kediri hendaknya ditambah guna meningkatkan tingkat pembelian konsumen terhadap ikan segar dan ikan olahan.

5.2.2 Tempat Pembelian Ikan Segar dan ikan olahan

Salah satu bauran pemasaran yang menjadi sarana terjadinya jual beli adalah tempat pembelian produk atau pasar. Tempat pembelian atau pasar sendiri merupakan tempat dimana penjual barang atau jasa menjajakan barang dagangannya sehingga mempermudah konsumen untuk mencarinya. Tempat pembelian produk perikanan, baik ikan olahan atau ikan segar sangat mempengaruhi jenis ikan yang akan dibeli, harga, kualitas dan kemasan ikan yang ada di tempat pembelian. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, diperoleh data tempat responden membeli ikan segar dan ikan olahan selama satu minggu seperti pada Tabel 15.

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Tempat	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Pasar Tradisional	64	67
2	Supermarket	0	0
3	Pedagang Keliling	10	10
4	Rumah Makan/Warung	22	23
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Nilai proporsi karakteristik responden berdasarkan tempat pembelian ikan segar dan ikan olahan adalah 64 orang atau 67% membeli produk ikan segar dan



ikan olahan di pasar tradisional, 0 orang atau 0% membeli produk ikan kaleng di supermarket, 10 orang atau 10% membeli produk ikan kaleng di pedagang keliling dan 22 orang atau 23% membeli produk ikan segar dan ikan olahan di rumah makan/warung.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tempat pembelian produk ikan segar dan ikan olahan oleh responden penelitian didominasi responden membeli di pasar tradisional yaitu sebanyak 64 orang atau 67%. Dapat disimpulkan bahwa responden di Kelurahan Campurejo banyak membeli pembelian produk ikan di pasar tradisional. Pasar tradisional menjadi tempat utama sebagian masyarakat Kelurahan Campurejo untuk membeli ikan segar dan ikan olahan, pihak terkait juga hendaknya meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di pasar tradisional guna menunjang peningkatan konsumsi produk perikanan di Kota Kediri.

5.2.3 Informasi Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Perkembangan zaman sampai seperti sekarang ini memiliki dampak yang sangat besar terhadap pengetahuan masyarakat, terutama pengetahuan akan informasi perkembangan. Sarana informasi yang dulunya hanya berasal dari satu arah, pada zaman sekarang informasi bisa didapat dari mana saja dan dapat diterima oleh siapa saja. Hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, diperoleh data tentang pengetahuan responden dalam informasi produk Ikan segar dan ikan olahan seperti pada Tabel 16.



Tabel 16. Informasi Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Sumber Informasi	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Keluarga	70	73
2	Teman	0	0
3	Iklan	9	9
4	Lingkungan	17	18
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Nilai proporsi karakteristik responden berdasarkan Informasi tentang ikan segar dan ikan olahan adalah 70 orang atau 73% mengetahui produk ikan segar dan ikan olahan dari keluarga, 0 orang atau 0% mengetahui produk ikan segar dan ikan olahan dari teman, 9 orang atau 9% mengetahui produk ikan segar dan ikan olahan dari Iklan dan sebanyak 17 orang atau 18% mengetahui produk ikan segar dan ikan olahan dari lingkungan.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden berdasarkan informasi tentang ikan segar dan ikan olahan didominasi oleh keluarga yaitu sebanyak 70 orang atau 73%. Sesuai dengan penjabaran sebelumnya dapat disimpulkan bahwa responden di Kelurahan Campurejo mengetahui produk ikan segar dan ikan olahan dari keluarga disebabkan bahwa keluarga adalah sumber pengetahuan pertama tentang segala informasi, sehingga untuk memberi pengetahuan tentang pentingnya mengkonsumsi ikan hendaknya ditanamkan oleh keluarga terhadap anak-anak sejak kecil. Peningkatan informasi oleh pemerintah setempat dengan cara melakukan sosialisasi akan pentingnya mengkonsumsi ikan atau GEMARIKAN sangat diperlukan guna meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat Kelurahan Campurejo untuk mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan.



5.2.4 Pengetahuan tentang Gizi Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Gizi adalah elemen yang terdapat dalam makanan dan dapat dimanfaatkan secara langsung oleh tubuh seperti halnya karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, dan air. Gizi yang seimbang dibutuhkan oleh tubuh, terlebih pada balita dan anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan. Gizi juga dibutuhkan oleh orang dewasa untuk menjaga kesehatan dan kestabilan tubuh guna menjalankan aktifitas. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, diperoleh data tentang responden dalam Pengetahuan tentang gizi yang terdapat pada ikan segar dan ikan olahan seperti pada Tabel 17.

Tabel 17. Tentang Gizi Produk Ikan Kaleng

No	Pengetahuan Gizi	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Iya	96	100%
2	Tidak	0	0%
	Jumlah	96	100%

Sumber : Data Diolah

Nilai proporsi karakteristik responden dilihat berdasarkan pengetahuan tentang gizi produk perikanan, baik ikan segar ataupun ikan olahan adalah 96 orang atau 100% mengetahui kandungan gizi pada ikan segar dan ikan olahan dan 0 orang atau 0% tidak mengetahui kandungan gizi pada ikan segar dan ikan olahan.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang ikan segar dan ikan olahan didominasi oleh responden yang mengetahui akan kandungan dalam produk ikan segar dan ikan olahan yaitu sebanyak 96 orang atau 100%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden di Kelurahan Campurejo mengetahui kandungan gizi yang terdapat pada ikan segar dan ikan olahan.



5.2.5 Rasa Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Rasa pada makanan memiliki pengertian sebuah reaksi kimia dari gabungan berbagai bahan makanan dan menciptakan sesuatu rasa baru yang dirasakan oleh lidah merupakan atribut sensori yang tidak dapat dilepaskan dari keseluruhan cita-rasa produk pangan (Taylor, 2002). Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat data tentang responden dalam menilai sebuah rasa pada ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada

Tabel 18.

Tabel 18. Rasa Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Rasa Ikan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Enak	38	40
2	Sedang	39	41
3	Biasa	14	15
4	Tidak Enak	5	5
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Nilai roporsi karakteristik responden berdasarkan rasa dari ikan segar dan ikan olahan didominasi oleh 39 orang atau 41% bahwa rasa dari ikan segar dan ikan olahan adalah sedang, 38 orang atau 40% mengatakan bahwa rasa dari ikan segar dan ikan olahan adalah enak, 14 orang atau 15% mengatakan bahwa rasa dari ikan segar dan ikan olahan adalah biasa dan 5 orang atau 5% mengatakan bahwa rasa dari ikan segar dan ikan olahan adalah tidak enak.

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan penilaian rasa dalam masakan ikan segar atau ikan olahan didominasi bahwa rasa produk ikan segar dan ikan olahan adalah sedang yaitu sebanyak 39 orang atau 41% dan 38 orang atau 40% mengatakan bahwa rasa dari ikan segar dan ikan olahan adalah enak. Dapat di simpulkan bawah responden di



Kelurahan Campurejo bahwa rasa produk ikan segar dan ikan olahan adalah enak. Pelatihan tentang pengolahan ikan oleh pihak terkait sangat diperlukan, sehingga dapat memacu masyarakat Kelurahan Campurejo untuk berani berinovasi dalam menemukan menu dan rasa makanan baru terkait dengan ikan segar dan ikan olahan.

5.2.6 Harga Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Pengertian dari harga tidak lain adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kolter, 2007). Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, diperoleh data tentang pendapat responden terhadap harga ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Harga Produk Ikan Segar dan ikan olahan

No	Harga	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Mahal	11	11
2	Sedang	46	48
3	Murah	39	41
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Proporsi karakteristik responden berdasarkan harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah 11 orang atau 11% bahwa harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah mahal, 46 orang atau 48% harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah sedang, dan 39 orang atau 41% harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah kurang murah. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa responden berdasarkan harga produk ikan segar dan ikan olahan didominasi bahwa harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah sedang yaitu sebanyak



46 orang atau 48%. Dapat di simpulkan bawah responden di Kelurahan Campurejo harga produk ikan segar dan ikan olahan adalah sedang.

5.2.7 Kendala dalam Pembelian Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Pengalaman dapat diartikan sebagai hal yang telah dilewati dan dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan sebuah keputusan. Kendala dapat terjadi terhadap seseorang baik itu terjadi secara kebetulan atau secara tidak sengaja. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat data tentang kendala yang pernah dialami oleh responden terhadap Ikan Segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Kendala dalam Pembelian Produk Ikan Segar dan ikan olahan

No	Kendala	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Alergi	9	9
2	Harga Mahal	13	14
3	Tidak Praktis	5	5
4	Trauma	0	0
5	Susah didapatkan	69	72
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Nilai proporsi karakteristik responden berdasarkan kendala membeli ikan segar dan ikan olahan adalah 9 orang atau 9% bahwa pernah mempunyai Kendala dalam membeli ikan segar dan ikan olahan adalah alergi, 13 orang atau 14% bahwa pernah mempunyai Kendala dalam membeli ikan segar dan ikan olahan karena harga mahal yang tidak sesuai di pasaran. Berikutnya 5 orang atau 5% mempunyai Kendala membeli ikan segar dan ikan olahan adalah tidak praktis baik dari segi kemasan atau pengolahan, 0 orang atau 0% mempunyai Kendala dalam membeli ikan segar dan ikan olahan karena memiliki trauma terhadap masakan atau ketika mengonsumsi ikan, 69 orang atau 72%

mempunyaiKendala membeli ikan segar dan ikan olahan karena susah didapatkan.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa ikan segar dan ikan olahan banyak disukai masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri, dapat dilihat paling banyak tidak memiliki Kendala yang spesifik dalam membeli dan mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan. Beberapa Kendala yang paling sering terjadi di masarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri didominasi oleh susah didapatkan di pasar ataupun pedagang keliling dengan jumlah 69 orang atau 72% dari keseluruhan. Pihak terkait (pengusaha atau pemerintah) hendaknya terus meningkatkan pasokan ikan di Kota Kediri guna meningkatkan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Kediri.

5.2.8 Alasan Membeli Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Konsumen memiliki kriteria khusus dalam menentukan sebuah pilihan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Alasan membeli suatu produk antara satu konsumen satu dan konsumen lain tidak selalu sama bahkan kadang memiliki tujuan ang berbeda. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat data tentang karakteristik responden berdasarkan alasan membeli Ikan Segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 21. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Alasan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Rasa Enak	24	25
2	Kandungan Gizi	61	64
3	Mudah Didapat	3	3
4	Harga Terjangkau	8	8
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah



Nilai proporsi karakteristik responden berdasarkan alasan membeli ikan segar dan ikan olahan adalah sebanyak 24 orang atau 25% bahwa alasan membeli ikan segar dan ikan olahan adalah memiliki rasa yang enak, 61 orang atau 64% bahwa alasan membeli ikan segar dan ikan olahan adalah kandungan gizi yang tinggi, 3 orang atau 3% bahwa alasan membeli ikan segar dan ikan olahan adalah mudah didapatkan di pasar ataupun edagang keliling dan sebanyak 8 orang atau 8% bahwa alasan membeli ikan segar dan ikan olahan adalah harga terjangkau. Berdasarkan pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan responden untuk membeli ikan segar dan ikan olahan didominasi oleh kandungan gizi yang terdapat pada ikan segar dan ikan olahan.

5.2.9 Cara Mengolah Produk Ikan Segar dan ikan olahan

Cara mengolah ikan segar dan ikan olahan setiap konsumen beranekaragam, mulai dengan cara digoreng, dibakar, dikukus dengan bumbu campuran dan masih banyak cara lagi untuk menikmati masakan berbahan ikan.

Banyaknya cara yang bisa digunakan untuk menikmati ikan menjadi pilihan tersendiri bagi para konsumen sesuai dengan selera masing-masing.

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat data karakteristik responden berdasarkan bagaimana cara mengolah ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Cara Mengolah Produk Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Alasan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Digoreng	76	79
2	Dibakar	5	5
3	Dibumbu Kuah/Disantan	5	5
4	Direbus/Dikukus	10	10
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah



Nilai proporsi responden yang didapat berdasarkan cara mengolah ikan segar dan ikan olahan pada urutan pertama adalah 76 orang atau 79% diolah dengan cara digoreng, urutan ke-2 adalah sebanyak 10 orang atau 10% diolah dengan cara direbus/dikukus. Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam mengolah produk ikan segar dan ikan olahan didominasi dengan cara digoreng. Banyak responden pada penelitian ini beranggapan bahwa menggoreng ikan merupakan cara yang mudah dalam mengolah ikan.

5.2.10 Tingkat Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan

Berdasarkan peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia No.35/PERMEN-KP/2014, tentang Pedoman Umum Arsitektur Data Kelautan Dan Perikanan Dilindungi Kementrian Kelautan Dan Perikanan. Pada dasarnya perhitungan konsumsi ikan adalah penjumlahan data konsumsi ikan segar dengan konsumsi ikan asin/awetan serta ikan olahan. Oleh karena itu, metode perhitungan konsumsi sebagai berikut:

$$TKI = \sum_{i=1}^n KIDS + \sum_{i=1}^n KIDA + \sum_{i=1}^n KIMJ$$

TKI = Tingkat Konsumsi Ikan Mojaroto

KIDS = Konsumsi Ikan Segar

KIDA = Konsumsi Ikan Awetan

KIMJ = Konsumsi Ikan yang Dibeli dalam Bentuk Olahan/ Matang dalam Kelompok Makanan/ Minuman Jadi.

Untuk perhitungan konsumsi ikan yang berasal dari kelompok makanan/minuman jadi mangacu pada formula sebagai berikut:

$$KIMJ = ((PIMJ : PIS) \times 0,8) \times KIDS$$

Dimana:

PIMJ = Pengeluaran Ikan dari Kelompok Makanan/ Minuman Jadi

PIS = Pengeluaran dari Kelompok Ikan dan Udang Segar

0,8 = Nilai yang digunakan setelah dikurangi faktor jasa dan bumbu, minyak goreng dan lainnya sebesar 20%



Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh tingkat konsumsi ikan seluruh responden yang ada di Kelurahan Campurejo Kota Kediri yaitu sebesar 13,87 Kg per kapita per tahun dimana nilai untuk rata-rata konsumsi ikan segar sebesar 10,3 Kg per kapita per tahun dan rata-rata konsumsi ikan olahan sebesar 3,57 Kg per kapita pertahun. Hasil ini didapatkan dari rata-rata konsumsi ikan dari seluruh responden pada penelitian. Sedangkan untuk rata-rata konsumsi per kapita selama satu bulan diperoleh sebesar 1,15 Kg per kapita per bulan. Jumlah perhitungan tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri sebagaimana dijelaskan di atas masih jauh dari target pemerintah setempat. Perhitungan jumlah tingkat konsumsi ikan per tahun masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri dapat dilihat pada lampiran 8.

5.3 Perbandingan Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan

5.3.1 Konsumsi Ikan Air Tawar

Ikan air tawar adalah ikan yang menghabiskan sebagian atau seluruh hidupnya di perairan tawar, seperti sungai, waduk dan danau, dengan salinitas kurang dari 0,05%. Dalam banyak hal yang membedakan antara lingkungan perairan tawar dengan lingkungan perairan laut, dan yang paling membedakan adalah tingkat salinitasnya. Untuk bertahan di air tawar, ikan membutuhkan adaptasi fisiologis yang bertujuan menjaga keseimbangan konsentrasi ion dalam tubuh. Beberapa jenis ikan air tawar yang sering ditemukan dan dikonsumsi oleh responden penelitian antara lain adalah ikan lele, ikan mujaer, ikan nila dan ikan gurameh.

Berdasarkan data responden yang didapatkan dari hasil penelitian, konsumsi ikan air tawar didominasi oleh ikan lele sebesar 23 orang atau 47%, ikan nila/mujaer sebesar 18 orang atau 37% dan ikan gurameh sebesar 8 orang atau



16%. Ikan air tawar menjadi ikan yang paling digemari untuk dikonsumsi oleh masyarakat Kelurahan Mojoroto, hal ini banyak dikatakan responden bahwa ikan air tawar lebih mudah untuk dijumpai baik di pasar ataupun di pedagang keliling, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Konsumsi Ikan Air Tawar

No	Jenis Ikan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Lele	23	47
2	Nila/Mujaer	18	37
3	Gurameh	8	16
		49	100

Sumber: Data Diolah

5.3.2 Konsumsi Ikan Air Laut

Ikan air laut merupakan salah satu spesies ikan yang hidup di dalam lingkungan perairan laut. Ikan air laut berbeda sekali dengan ikan air tawar yang biasanya hidup pada kadar garam yang relatif lebih rendah dari kadar garam yang berada pada cairan tubuhnya, ikan laut sangat pintar dalam menyesuaikan diri pada lingkungannya dimana pada tempat yang tinggi kadar air dibandingkan kadar garam yang terdapat pada tubuhnya. Dengan kata lain ikan air laut memiliki kadar garam yang rendah di bandingkan dengan kadar garam yang terdapat pada lingkungannya sendiri. Beberapa jenis ikan air laut yang sering ditemukan dan dikonsumsi oleh responden penelitian antara lain adalah ikan tuna, ikan tongkol dan ikan cakalang.

Berdasarkan data responden yang didapatkan dari hasil penelitian, konsumsi ikan air laut didominasi oleh ikan Tuna sebesar 10 orang atau 40%, ikan cakalang sebesar 8 orang atau 32% dan ikan Tongkol sebesar 7 orang atau 28%. Ikan air laut cukup diminati oleh beberapa responden penelitian karena ikan



air laut memiliki rasa yang enak dan kandungan gizi yang tinggi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 23. Konsumsi Ikan Air Laut

No	Jenis Ikan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Tuna	10	40
2	Tongkol	7	28
3	Cakalang	8	32
		25	100

Sumber: Data Diolah

5.3.3 Konsumsi Ikan Olahan

Ikan olahan merupakan jenis ikan yang sudah melalui proses pengolahan dengan berbagai cara, baik dengan menggunakan cara tradisional ataupun menggunakan metode yang sudah modern. Berdasarkan PERMEN-KP/NOMOR 35/ 2014 produk olahan adalah setiap hasil perikanan yang telah mengalami proses kimia atau fisika seperti pemanasan, pengasapan, penggaraman, pengeringan atau pengacaran dan lain-lain, baik yang berasal dari produk yang didinginkan atau produk beku, baik yang dikombinasikan dengan bahan makanan atau kombinasi dari beberapa proses. Proses pengolahan ikan memiliki tujuan diantaranya meningkatkan rasa, mempertahankan kualitas dan menambah nilai jual. Adapun beberapa jenis ikan olahan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat responden diantaranya adalah bakso ikan, nugget ikan dan ikan kaleng.

Berdasarkan data responden yang didapatkan dari hasil penelitian, konsumsi ikan olahan didominasi oleh bakso ikan sebesar 12 orang atau 55%, Nugget ikan sebesar 6 orang atau 27% dan ikan kaleng sebesar 4 orang atau 18%. Ikan olahan cukup diminati oleh beberapa responden penelitian karena ikan olahan



memiliki rasa yang enak dan kepraktisan dalam penyajian ataupun pengolahannya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Konsumsi Ikan Olahan

No	Jenis Ikan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Bakso Ikan	12	55
2	Ikan Kaleng	4	18
3	Nugget Ikan	6	27
		22	100

Sumber: Data Diolah

5.3.4 Perbandingan Tingkat Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan

Ikan merupakan salah satu sumber protein yang tinggi dan sangat bagus untuk dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Dalam mengkonsumsi ikan sendiri dapat dibedakan menjadi tiga golongan, diantaranya ikan air laut, ikan air tawar dan olahan ikan. Berbagai usaha dilakukan oleh pihak produsen untuk meningkatkan minat masarakat dalam mengkonsumsi ikan, baik ikan segar (ikan air laut dan ikan air tawar) ataupun ikan olahan dengan cara meningkatkan kualitas ikan segar dan ikan olahan yang dijual. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat data tentang perbandingan konsumsi ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Perbandingan Konsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jenis Ikan	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	ikan air tawar	49	51
2	ikan air laut	25	26
3	ikan olahan	22	23
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah



Nilai proporsi karakteristik responden berdasarkan perbandingan konsumsi dari ikan segar dan ikan olahan didominasi oleh 49 orang atau 51% mengkonsumsi ikan air tawar, 25 orang atau 26% mengkonsumsi ikan air laut dan 22 orang atau 23% memilih untuk mengkonsumsi olahan ikan. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis ikan yang didominasi oleh ikan air tawar, hal ini tidak lain juga disebabkan letak kota Kediri yang jauh dari pesisir dan lebih dekat dengan aliran sungai air tawar sehingga jenis ikan yang sering dijumpai oleh responden menjadi ikan yang sering dikonsumsi. Dapat disimpulkan bahwa responden di Kelurahan Campurejo jenis ikan segar dan ikan olahan yang paling sering dikonsumsi adalah ikan air tawar.

5.3 Analisis Faktor keputusan Pembelian Ikan Segar dan ikan olahan

5.3 .1 Variabel- variabel Keputusan Pembelian Ikan Segar dan ikan olahan

a. Variable Pendapatan

Pendapatan merupakan penghasilan yang didapat dari aktivitas pekerjaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan barang dan jasa. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting, karena pendapatan sangat menentukan tingkat atau jumlah yang dikeluarkan/dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel pendapatan yang dibelanjakan untuk membeli ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 27.



Tabel 27. Analisis Variabel Pendapatan Yang Dibelanjakan Untuk Membeli Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	2	2
3	Cukup Penting	38	40
4	Penting	45	47
5	Sangat Penting	11	11
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 27 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo berdasarkan pendapatan yang didapat oleh responden. Diketahui bahwa 45 responden (47%) menyatakan penting, 38 responden (40%) menyatakan cukup penting, 11 responden (11%) menyatakan sangat penting. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang didapat oleh responden mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

b. Variabel Harga

Harga dapat diartikan sebagai nilai yang dimiliki oleh suatu barang atau jasa. Masyarakat pada umumnya akan mengkonsumsi suatu produk yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Pemilihan konsumen akan produk produk memiliki kriteria beraneka ragam, salah satunya adalah harga yang lebih murah dibandingkan produk yang lainnya. Harga untuk produk ikan segar dan ikan olahan yang ada dipasaran sudah termasuk standart sesuai dengan kualitas dari produk tersebut. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, didapat jawaban responden



tentang variabel harga dari ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Analisis Variabel Harga Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	7	7
3	Cukup Penting	35	36
4	Penting	46	48
5	Sangat Penting	8	8
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 28 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan harga ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 46 responden (48%) menyatakan penting, 35 responden (36%) menyatakan cukup penting, 8 responden (8%) menyatakan sangat penting. Dapat disimpulkan bahwa harga ikan segar dan ikan olahan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

c. Variabel Kemasan

Kemasan suatu barang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk membeli barang tersebut. Berbagai variasi kemasan yang dibuat oleh para produsen produk perikanan untuk menarik kosumen membeli barang dagangan mereka, mulai dengan mengemas dengan menggunakan plastic, kertas ataupun kaleng.Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel kemasan dari ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 29.



Tabel 29. Analisis Variabel Kemasan Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	32	33
3	Cukup Penting	45	47
4	Penting	17	18
5	Sangat Penting	2	2
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 29 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan kemasan ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 45 responden (47%) menyatakan cukup penting, 32 responden (33%) menyatakan tidak penting, 17 responden (18%) menyatakan penting. Dapat disimpulkan bahwa kemasan ikan segar dan ikan olahancukup mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

d. Variabel Rasa

Rasa pada makanan memiliki pengertian sebuah reaksi kimia dari gabungan berbagai bahan makanan dan menciptakan sesuatu rasa baru yang dirasakan oleh lidah. merupakan atribut sensori yang tidak dapat dilepaskan dari keseluruhan cita-rasa produk pangan (Taylor, 2002). Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel rasa dari ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 30.



Tabel 30. Analisis Variabel Rasakan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	1	1
3	Cukup Penting	15	16
4	Penting	46	48
5	Sangat Penting	39	41
	Jumlah	101	105

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 30 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan rasadari ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 46 responden (48%) menyatakan penting, 39 responden (41%) menyatakan sangat penting, 15 responden (16%) menyatakan cukup penting. Dapat disimpulkan bahwa harga ikan segar dan ikan olahansangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

e. Variabel Mudah Didapat

Salah satu yang menjadi pertimbangan penting bagi masarakat dalam mengkonsumsi suatu produk adalah kemudahan untuk mendapatkannya. Kemudahan dalam mendapatkan suatu barang/produk dapat menjadi nilai tambah untuk menarik minat dari konsumen untuk membeli barang/produk tersebut. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel mudah didapat dari ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 31.



Tabel 31. Analisis Variabel Mudah Didapat Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	3	3
3	Cukup Penting	11	11
4	Penting	46	48
5	Sangat Penting	36	38
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 31 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan mudah didapatnya ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 46 responden (48%) menyatakan penting, 36 responden (38%) menyatakan sangat penting, 11 responden (11%) menyatakan cukup penting. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan untuk mendapatkan ikan segar dan ikan olahan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

f. Variabel Pengaruh Keluarga

Keluarga merupakan satuan kelompok terkecil dalam sebuah tatanan masyarakat. Dalam sebuah keluarga terdapat hubungan saling melengkapi dan saling bertanggung jawab antara satu dengan yang lain. Orang tua dalam sebuah keluarga berkewajiban untuk menyajikan kondisi yang menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan bagi anaknya. Begitu juga dalam hal pemenuhan kebutuhan jasmani, dalam hal ini berkaitan dengan pemenuhan gizi pada makanan yang dikonsumsi sehari-hari oleh anak. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel pengaruh keluarga dalam



mengonsumsi ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32. Analisis Variabel Pengaruh Keluarga Dalam Mengonsumsi Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	6	6
3	Cukup Penting	49	51
4	Penting	35	36
5	Sangat Penting	6	6
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 32 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan pengaruh keluarga dalam mengonsumsi ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 49responden (51%) menyatakan cukup penting,35 responden (36%) menyatakan penting. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh keluarga dalam mengonsumsi ikan segar dan ikan olahancukup mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

g. Variable Kandungan Gizi

Gizi adalah elemen yang terdapat dalam makanan dan dapat dimanfaatkan secara langsung oleh tubuh seperti halnya karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, dan air. Gizi yang seimbang dibutuhkan oleh tubuh, terlebih pada balita dan anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan. Selain pada balita, orang dewasa juga membutuhkan gizi untuk menjaga kesehatan dan kestabilan tubuh guna menjalankan aktifitas. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban

responden tentang variabel rasa dari ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Analisis Variabel Gizi Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	0	0
3	Cukup Penting	0	0
4	Penting	35	36
5	Sangat Penting	61	64
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 33 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan kandungan gizi yang terdapat pada ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 61 responden (64%) menyatakan sangat penting dan 35 responden (36%) menyatakan penting. Dapat disimpulkan bahwa kandungan gizi pada ikan segar dan ikan olahansangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

h. Variabel Informasi

Informasi dapat diartikan data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi suatu produk yang ditawarkan.Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel informasi produk ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 34.



Tabel 34. Analisis Variabel Informasi Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	25	26
3	Cukup Penting	51	53
4	Penting	17	18
5	Sangat Penting	3	3
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 29 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di KelurahanCampurejo berdasarkan informasi produk ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 51 responden (53%) menyatakan cukup penting dan 25 responden (26%) menyatakan tidak penting. Dapat disimpulkan bahwa informasi produk ikan segar dan ikan olahancukup mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

i. Variabel Iklan

Iklan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memberitahu atau mengenalkan kepada konsumen tentang keberadaan sebuah produk agar dapat menaikkan penjualan. Secara tidak langsung iklan memberikan pengaruh besar terhadap pembelian suatu produk, semakin sering iklan itu muncul, maka akan semakin mudah diingat oleh konsumen.Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di KelurahanCampurejoKota Kediri, didapat jawaban responden tentang variabel iklan tentang ikan segar dan ikan olahan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 35.



Tabel 35. Analisis Variabel Iklan Tentang Ikan Segar dan Ikan Olahan

No	Jawaban	Responden (Orang)	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Penting	0	0
2	Tidak Penting	31	32
3	Cukup Penting	47	49
4	Penting	17	18
5	Sangat Penting	1	1
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan nilai distribusi responden pada Tabel 35 menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo berdasarkan iklan tentang ikan segar dan ikan olahan. Dapat diketahui bahwa 47 responden (49%) menyatakan cukup penting dan 31 responden (32%) menyatakan tidak penting. Dapat disimpulkan bahwa harga ikan segar dan ikan olahancukup mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan.

5.3.2 Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator atau variabel yang diobservasi. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 9 variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan (X1), harga produk (X2), kemasan (X3), rasa (X4), mudah diperoleh (X5), pengaruh keluarga (X6), gizi (X7), informasi (X8) dan iklan (X9). Semua variabel yang akan direduksi dengan tahapan sebagai berikut:

a. Menentukan variabel yang akan dianalisis

Terdapat beberapa langkah dalam menentukan jumlah variable yang akan dilakukan analisis lebih lanjut, hal pertama yang harus dilakukan dalam analisis faktor adalah menilai variabel mana saja yang layak untuk dimasukkan kedalam



analisis selanjutnya. Analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor, untuk itu dilakukan pengujian sebagai berikut:

- 1) Barlett's test of Sphericity yang dipakai untuk menguji korelasi antara satu variabel dengan variabel lainnya.
- 2) Uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) untuk mengetahui kelayakan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Sampel dapat dianggap layak jika nilai KMO $> 0,5$, adapun hasil dari pengujian Barlett's test of Sphericity dan Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) dengan bantuan software SPSS 16 terlihat pada Tabel 36 dibawah ini :

Tabel 36. Barlett's Test Of Sphericity Dan Kaiser- Meyer-Olkin (KMO)

Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.503
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	91.978
Df	36
Sig.	.000

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan table di atas didapatkan nilai dari uji *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*(KMO) diperoleh nilai 0,503 dimana angka tersebut dapat dikatakan mencukupi untuk melanjutkan ke proses berikutnya karena lebih besar atau sama dengan 0,5. Hasil uji dari *Barlett's test of Sphericity* adalah sebesar 91.987 lebih besar dari Tabel chi Squire sebesar 33.257 atau dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,005, hal ini berarti bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikan $< 0,05$).

- 3) Uji *Measure of Sampling Adequency* (MSA), dimana setiap variabel dianalisis untuk mengetahui variabel mana yang dapat diproses lebih lanjut dan variable mana yang harus dikeluarkan. Untuk dapat diproses lebih lanjut setiap variabel harus memiliki nilai MSA $> 0,5$. Nilai MSA tersebut terdapat dalam Tabel Anti-Image Matrice pada bagian Anti-Image Correlation yaitu angka korelasi yang



bertanda "a" dengan arah diagonal dari kiri atas ke kanan bawah. Adapun hasil uji MSA untuk variabel penelitian ini terlihat pada Tabel 37 (a).

Tabel 37 (a). Nilai MSA Variabel Penelitian

Q	Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1	Pendapatan	0,459	Tidak Valid
2	Harga	0,544	Valid
3	Kemasan	0,566	Valid
4	Rasa	0,541	Valid
5	Mudah diperoleh	0,546	Valid
6	pengaruh keluarga	0,505	Valid
7	Gizi	0,539	Valid
8	Informasi	0,47	Tidak Valid
9	Iklan	0,476	Tidak Valid

Sumber : Data Primer, 2017

Berdasarkan nilai MSA di atas diketahui bahwa terdapat tiga variable yang memiliki nilai MSA < 0.5 , sedangkan syarat untuk melanjutkan analisis hendaknya nilai MSA > 0.5 . Salah satu cara untuk mengatasi nilai MSA yang tidak valid adalah dengan mengeluarkannya dari proses penghitungan selanjutnya. Maka pada penelitian ini dilakukan pengujian ulang MSA dengan cara menghilangkan variable terkecil sampai nilai semua variable penelitian > 0.5 sehingga variable dapat dianalisis lebih lanjut. Adapun hasil uji MSA ke-2 untuk variabel penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 37 (b).

Tabel 37 (b). Nilai MSA Variabel Penelitian

Q	Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1	Harga	0,552	Valid
2	Kemasan	0,563	Valid
3	Rasa	0,551	Valid
4	Mudah didapatkan	0,575	Valid
5	Pengaruh keluarga	0,534	Valid
6	Gizi	0,634	Valid
7	Iklan	0,682	Valid

Sumber : Data Primer, 2017



Variabel - variabel yang dapat dilanjutkan dalam penelitian ini antara lain adalah harga dengan nilai MSA 0,552, kemasan dengan nilai MSA 0,563, rasa dengan nilai MSA 0,551, mudah didapatkan dengan nilai MSA 0,575, pengaruh keluarga dengan nilai MSA 0,534, gizi dengan nilai MSA 0,634 dan iklan dengan nilai MSA 0,682 sehingga variabel dapat dianalisis secara keseluruhan lebih lanjut.

b. *Estimasi Communalities*

Communalities adalah proporsi dari varian suatu item perubah asal yang bisa dijelaskan oleh faktor utamanya. Nilai dari *communalities* menjelaskan seberapa besar keragaman atau variasi item/pengubah asal yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk. Nilai *communalities* ini didapatkan dengan menjumlahkan nilai eigen value pada faktor yang ada. Semakin besar nilai *Communalities* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan factor yang terbentuk nantinya. *Initial* sendiri merupakan nilai awal yang digunakan untuk mengetahui varian variable sebelum melalui tahapan ekstraksi. Nilai *communalities* yang didapatkan dalam penelitian ini dapat terlihat pada Tabel 38.

Tabel 38. Nilai Communalities

Q	Variabel	Initial	Extraction
1	harga	1	0,552
2	kemasan	1	0,424
3	rasa	1	0,478
4	mudah didapat	1	0,503
5	pengaruh keluarga	1	0,579
6	gizi	1	0,248
7	iklan	1	0,195

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel 38 menjelaskan bahwa variabel ke-1 memiliki nilai 0,552, ini berarti sekitar 55,2% varians dari variabel ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel ke-2 memiliki nilai 0,424 ini berarti sekitar 42,4% varians dari



variabel ke-2 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel ke-3 memiliki nilai 0,478, ini berarti sekitar 47,8% varians dari variabel ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel ke-4 memiliki nilai 0,503, ini berarti sekitar 50,3% varians dari variabel ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Berikut untuk variabel ke-5 memiliki nilai 0,579, ini berarti sekitar 57,9% varians dari variabel ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel ke-6 memiliki nilai 0,248, ini berarti sekitar 24,8% varians dari variabel ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel ke-7 memiliki nilai 0,195, ini berarti sekitar 19,5% varians dari variabel ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

c. Rotasi Faktor

Setelah semua variable memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut maka tahap berikutnya adalah melakukan faktoring dan rotasi. Proses pada tahap ini adalah melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Rotasi faktor dilakukan untuk mempermudah interpretasi dalam menentukan variabel-variabel mana saja yang tercantum dalam suatu faktor.

1) Penentuan Jumlah Faktor

Dalam penelitian ini penulis menentukan jumlah faktor dengan menggunakan nilai *eigenvalue* dengan kriteria nilai *eigenvalue* > 1. (Imam Ghazali, 2005). Susunan dari *eigenvalue* selalu diurutkan dari yang nilai yang terbesar sampai yang terkecil. Untuk mengetahui jumlah faktor yang terbentuk dari hasil ekstraksi dapat dilihat pada Tabel total *variance explained*.

Pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa dari 7 variabel yang dimasukkan untuk analisis faktor, hanya terdapat 2 faktor yang terbentuk karena dari komponen 1 sampai dengan komponen 2 menunjukkan *eigenvalue* > 1 maka proses faktoring hanya sampai pada 2 faktor, jika diteruskan sampai faktor berikutnya *eigen*



values sudah kurang dari 1 yaitu sebesar 0,976. Jadi diketahui bahwa 2 faktor adalah jumlah yang paling optimal.

Tabel 39. Penentuan Jumlah Faktor

Component	Initian Eigenvalues		
	Total	% Variance	Cumulative %
1	1.557	22.522	22.522
2	1.402	20.036	42.558
3	.976	13.949	56.507
4	.883	12.610	69.117
5	.856	12.226	81.343
6	.895	9.931	91.274
7	.611	8.726	100.000

Sumber : Data Primer, 2017

Setelah terbentuk faktor, tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor-faktor yang terbentuk dengan melihat Tabel component matrix yang menunjukkan distribusi ke-7 variabel tersebut pada 2 faktor yang terbentuk.

Sedangkan angka-angka pada Tabel tersebut adalah faktor loading, yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk.

Pada Tabel 35 yaitu Tabel *component matrix* awal, hasil faktor belum bisa diinterpretasikan karena variabel-variabel yang ada hanya mengumpul pada satu atau beberapa faktor saja belum menyeluruh. Untuk itu perlu dilakukan rotasi faktor.

Rotasi faktor ini dimaksudkan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai loading untuk masing-masing variabel terhadap faktor-faktor yang ada.

Interpretasi ini didasarkan pada nilai loading yang terbesar dari masing-masing variabel terhadap faktor-faktor yang ada, jadi suatu variabel akan masuk ke dalam faktor yang memiliki nilai loading terbesar, setelah dilakukan perbandingan besar korelasi terhadap setiap baris. Tabel 40 yaitu Tabel *rotated component matrix* menunjukkan hasil dari rotasi faktor.



Tabel 40. Rotasi Component Matrix

	Component	
	1	2
Harga	.742	TS
kemasan	TS	.586
Rasa	TS	.685
mudah didapat	.693	TS
pengaruh keluarga	TS	.753
Gizi	TS	TS
Iklan	TS	TS

Sumber : Data Primer, 2017

Keterangan : TS = Tidak Sesuai

Tabel 40 diatas menunjukkan bahwa variabel-variabel di atas membentuk kelompok – kelompok baru akan tetapi variabel gizi tidak masuk kedalam model karena nilai variabel gizi kurang dari 0,5 yaitu -0,496 dan variabel iklan kurang dari 0,5 yaitu sebesar 0,441 maka variabel gizi dan variabel iklan tidak di masukkan kedalam faktor yang terbentuk. Sedangkan 5 variabel yang lain sudah diatas 0,5 maka dapat dikatakan layak untuk dilakukan uji lanjutan. Diperoleh beberapa variable yang mendominasi masing-masing factor, sebagaimana berikut :

- Faktor pertama, terdiri dari harga produk dengan nilai faktor loading 0.725 maka pada tahap ini gizi dan iklan juga di dikeluarkan dari model karena nilai dari Tabelkurang dari 0.5. mudah didapatkan dengan nilai faktor loading 0.709.
- Faktor kedua, terdiri dari pengaruh keluarga dengan nilai faktor loading 0.725. Rasa dengan nilai faktor loading 0. 660 dan kemasan dengan nilai faktor loading 0,625.

Secara lengkap pembagian variabel berdasarkan faktor-faktor yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 36. variabel diurut berdasarkan nilai faktor loading dari yang terbesar hingga terkecil. Pemberian nama pada masing-masing



faktor baru yang terbentuk bersifat subyektif, kadang-kadang variabel yang memiliki nilai faktor loading tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor. (Ghozali,2005).

Tabel 41. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Variabel	Eigen Value	Loading Facktor	% Variance	% kumulatif
Harga	1.577	.725	22.522	22.522
Mudah Didapat		.709		
Kemasan	1.402	.625	20.036	42.588
Rasa		.660		
Pengaruh Keluarga		.725		

Sumber : Data Primer, 2017

Dalam penelitian ini terbentuk 2 kelompok besar faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli ikan segar dan ikan olahan di wilayah Kelurahan Campurejo Kota Kediri faktor tersebut adalah

- Faktor pertama yang terbentuk dalam analisa faktor yang terdiri dari variabel harga dan mudah didapat. Kedua variabel tersebut menjelaskan bahwa sebesar 22,522% keputusan konsumen dalam membeli ikan segar dan ikan olahan dengan mempertimbangkan faktor pribadi. Menurut Sangadji (2013), faktor pribadi memiliki pengaruh penting dalam keterlibatan pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang digunakan/dibutuhkan. Pengaruh individu atau internal seseorang itu sendiri dalam pengambilan keputusan pembelian terkait dengan pendapatan yang didapatkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sangat berpengaruh. Harga suatu produk menjadi hal yang paling mendasar dalam pengambilan keputusan akan penggunaan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan untuk konsumsi. Keterjangkauan konsumen akan harga ikan segar dan ikan olahan dapat menjadi penentu akan pembelian. Mudah didapat menunjukkan letak dan



lokasi suatu barang atau jasa itu untuk mudah dikonsumsi. Kemudahan untuk didapatkan dapat menjadi pilihan bagi konsumen untuk semakin mudah juga untuk mengkonsumsinya. Ketersediaan ikan segar dan ikan olahan yang tidak jauh dari jangkauan penduduk dapat meningkatkan ketertarikan untuk mengkonsumsinya.

- b) faktor kedua terdapat tiga variabel yang ada yaitu variabel kemasan, rasa dan pengaruh keluarga mampu menjelaskan bahwa sebesar 14,454% keputusan mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kelurahan campurejo Kota Kediri adalah dengan mempertimbangkan faktor psikologi. Ketertarikan konsumen dalam penentuan pembelian produk barang atau jasa dapat dipengaruhi secara langsung dengan kemasan. Kemasan yang bagus dapat meningkatkan dan menarik minat konsumen untuk berani mencoba dan mengkonsumsi produk ikan segar dan ikan olahan. Rasa memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi konsumen dalam menentukan produk mana yang disukai atau yang tidak disukai. rasa dari produk perikanan, baik ikan segar dan ikan olahan berhubungan dengan jenis ikan segar dan produk ikan olahan. Variasi rasa yang disukai oleh konsumen dapat menambah dan meningkatkan minat dari konsumen. Keluarga merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat. Keluarga memiliki peran yang cukup besar dalam menanamkan nilai-nilai yang ada di lingkungan terhadap anak-anak. Anak-anak cenderung mengikuti keputusan yang ada dalam sebuah keluarga. Pembelajaran tentang pentingnya mengkonsumsi ikan dapat diajarkan sejak kecil melewati kelompok keluarga. sebagian besar responden pada penelitian ini juga berpendapat keluarga memiliki peranan penting dalam membiasakan anak untuk mengkonsumsi ikan (ikan segar dan ikan olahan).



5.4 Implikasi Hasil Penelitian

1. Tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri yaitu sebesar 13,87 Kg/ kapita/ tahun dimana nilai untuk rata-rata konsumsi ikan segar sebesar 10,3 Kg per kapita per tahun dan rata-rata konsumsi ikan olahan sebesar 3,57 Kg per kapita pertahun dan masih sangat jauh dari target konsumsi ikan nasional yaitu 43,88 kg/ kapita/ tahun. Hasil ini didapatkan dari rata-rata konsumsi ikan dari seluruh responden pada penelitian. Sedangkan untuk rata-rata konsumsi per kapita selama satu bulan diperoleh sebesar 1,15 Kg per kapita per bulan. Pemerintah setempat hendaknya meningkatkan pasokan ikan untuk Kota Kediri dan menambah fasilitas yang menunjang dan mempermudah konsumen untuk mengkonsumsi ikan segar dan olahan ikan. Diketahui bahwa sebagian besar penyebab utama yang menjadi kendala konsumen di Kota Kediri dalam mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan adalah pasokan dan kurangnya kemudahan dalam mendapatkan produk perikanan.
2. Perbandingan konsumsi ikan segar dan ikan olahan dari masyarakat Kelurahan Campurejo Kota Kediri, dimana ikan segar sendiri terdiri dari ikan air laut dan ikan air tawar dan lebih didominasi oleh ikan air tawar. Salah satu yang menjadi penyebabkan masyarakat Kelurahan Campurejo lebih memilih ikan air tawar adalah karena ikan air tawar lebih mudah untuk ditemukan di tempat perbelanjaan baik di pasar ataupun di pedagang keliling. Nilai yang didapat adalah ikan air tawar 49 orang atau sebesar 51%, ikan air laut 25 atau sebesar 26% dan ikan olahan 22 orang atau sebesar 23%. Penambahan pasokan ikan air laut di Kota Kediri dapat ditingkatkan dengan mendatangkan dari wilayah sekitar seperti dari Tulungagung, Trenggalek dan Blitar. Sedangkan untuk penambahan pasokan guna meningkatkan konsumsi ikan air tawar dapat didatangkan dari Kabupaten



Kediri, Nganjuk, Jombang, Blitar dan Tulungagung. Pemerintah hendaknya juga lebih aktif lagi mensosialisasikan program GEMARIKAN sehingga masyarakat Kota Kediri semakin menyukai produk-produk perikanan.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo Kota Kediri diperoleh dua kelompok besar faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian ikan segar dan ikan olahan yaitu pribadi dan psikologi. Dalam temuan penelitian ini akan memberikan dampak atau implikasi, adapun implikasi yang diharapkan adalah sebagai berikut :

- 1) Kelompok Faktor Pertama

- a. Harga : Harga produk menjadi salah satu keputusan pembelian produk ikan segar dan ikan olahan, jika harga produk mahal tetapi kualitas produk biasa maka konsumen tidak banyak yang membeli tetapi jika harga produk relatif tetapi kualitas produk tinggi maka konsumen banyak yang membeli. Diharapkan pemerintah kedepannya dapat memberikan harga yang terjangkau dan relatif stabil dapat meningkatkan minat dari konsumen untuk mulai berani mencoba dan mengonsumsi produk ikan segar dan ikan olahan.

- b. Mudah didapat : Kemudahan didapatkan membuat konsumen banyak memilih untuk membeli produk ikan segar dan ikan olahan terutama daerah perkotaan banyak dijumpai produk-produk ikan kaleng. Ketersediaan sarana dan prasarana yang ada di suatu daerah kerap menjadi kendala untuk mengonsumsi ikan segar dan ikan olahan. Peningkatan sarana dan prasarana oleh pihak yang terkait dapat menunjang konsumen untuk mengonsumsi ikan segar dan ikan olahan.

2). Kelompok Faktor Kedua

a. Kemasan : kemasan yang menarik menjadi salah satu keputusan pembelian produk ikan segar dan ikan olahan, diharapkan produsen untuk membuat kemasan yang menarik pandangan konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang di pasarkan. Pelatihan dalam pengemasan oleh pihak terkait tentang produk perikanan sangat dibutuhkan untuk menambahkan nilai jual akan produk dan peningkatan minat beli dari para konsumen.

b. Rasa : Rasa menjadi salah satu penentu konsumen untuk membeli produk ikan segar dan ikan olahan yang cenderung memiliki rasa gurih dan enak. Diharapkan produsen atau konsumen meningkatkan cara pengolahan ikan sehingga akan menemukan kreasi masakan baru dan disukai oleh banyak kalangan. Pengolahan dalam pengkatan rasa dapat ditempuh melalui berbagai pelatihan oleh pihak terkait sehingga minat mengkonsumsi ikan di masyarakat semakin tinggi.

c. Pengaruh keluarga : Pengaruh keluarga menjadi salah satu faktor dalam keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan, pemilihan menu masakan dalam keluarga menjadi dorongan tersendiri bagi tiap inidividu untuk membiasakan diri mengkonsumsi ikan. Diharapkan dengan pengolahan yang baik dan juga menjelaskan tentang pengetahuan terhadap manfaat mengkonsumsi ikan, maka akan dapat membuat selera dari anggota keluarga dalam mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan semakin meningkat.

3). Variabel Yang Dihilangkan

Adapun variabel yang dihilangkan dalam penelitian dikarenakan nilai yang dimiliki tidak dapat dilanjutkan ke penelitian selanjutnya, adapun varibel tersebut adalah sebagai berikut :



a. Pendapatan : variabel pendapatan pada penelitian ini memiliki nilai MSA sebesar 0,459 atau $< 0,5$ sehingga variabel tersebut tidak dapat dilanjutkan ke peneliti selanjutnya. Pendapatan yang dimiliki oleh konsumen untuk membeli ikan segar dan ikan olahan cenderung tidak mempengaruhi keputusan dalam pembelian. Konsumen cenderung untuk membeli atau bahkan tidak membeli produk perikanan walaupun pendapatan mereka dapat dikatakan cukup untuk membeli produk perikanan.

b. informasi : variabel informasi pada penelitian ini memiliki nilai MSA sebesar 0,47 atau $< 0,5$ sehingga variabel tersebut tidak dapat dilanjutkan ke penelitian selanjutnya. Informasi tentang produk perikanan baik ikan segar dan ikan olahan yang diterima oleh masyarakat cenderung tidak mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk mengetahui akan informasi pentingnya mengkonsumsi ikan segar dan ikan olahan, akan tetapi informasi yang dimiliki tidak memiliki pengaruh yang besar dalam keputusan pembelian.



6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data hasil penilaian responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo Kota Kediri, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat konsumsi ikan segar dan ikan olahan masyarakat Kelurahan

Campurejo Kota Kediri yaitu sebesar 13,87 Kg/ kapita/ tahun dimana nilai untuk rata-rata konsumsi ikan segar sebesar 10,3 Kg per kapita per tahun dan rata-rata konsumsi ikan olahan sebesar 3,57 Kg per kapita pertahun dan masih sangat jauh dari target konsumsi ikan nasional yaitu 43,88 kg/ kapita/ tahun. Hasil ini didapatkan dari rata-rata konsumsi ikan dari seluruh responden pada penelitian. Sedangkan untuk rata-rata konsumsi per kapita selama satu bulan diperoleh sebesar 1,15 Kg per kapita per bulan

2. Perbandingan konsumsi ikan air segar dan ikan olahan dari masyarakat

Kelurahan Campurejo Kota Kediri, dimana ikan segar sendiri terdiri dari ikan air laut dan ikan air taawar dan lebih didominasi oleh ikan air tawar. Salah satu yang menjadi penyebab masyarakat Kelurahan Campurejo lebih memilih ikan air tawar karena lebih mudah ditemukan di tempat perbelanjaan baik di pasar ataupun di pedagang keliling. Nilai yang didapat adalah ikan air tawar 49 orang atau sebesar 51%, ikan air laut 25 atau sebesar 26% dan ikan olahan 22 orang atau sebesar 23%.

3. Melalui analisis faktor dapat diperoleh dua kelompok faktor yang

berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan konsumen dalam



pembelian ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo Kota

Kediri, faktor tersebut adalah :

- a) harga dan mudah di dapat.
- b) kemasan, rasa dan pengaruh keluarga.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Konsumen dalam keputusan pembelian Ikan segar dan ikan olahan di Kelurahan Campurejo Kota Kediri didapatkan 2 faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahanyaitu: psikologi dan pribadi. Dalam temuan penelitian ini akan memberikan saran kepada pihak yang terkait, adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, yaitu variabel-variabel apa saja yang masih menjadi daya tarik konsumen tentang keputusannya untuk membeli sebuah produk, secara khusus pembelian pembelian ikan serta penelitian dengan responden laki- laki karena penelitian ini masih menggunakan responden perempuan tanpa ada responden laki- laki.
2. Bagi Pengusaha, dengan adanya penelitian ini pengusaha dapat mempertimbangkan strategi-strategi yang lebih baik untuk meningkatkan pangsa pasar sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini, dengan variabel-variabel yang telah dianalisa, maka membentuk faktor-faktor yang dapat dijadikan referensi untuk membuat kebijakan bagi pengusaha di bidang perikanan.
3. Bagi konsumen diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang



mempengaruhi keputusan dalam keputusan pembelian ikan segar dan ikan olahan.

4. Bagi Pemerintah, lebih meningkatkan lagi dalam mensosialisasikan program GEMARIKAN atau gerakan gemar makan ikan hal ini ditujukan untuk meningkatkan promosi kepada masyarakat akan produk perikanan. Mengatur ketersediaan pasokan ikan (ikan air tawar, ikan air payau dan ikan air laut) di Kota Kediri sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan ikan segar dan ikan olahan. Menstabilkan harga ikan di pasar sehingga produk perikanan dapat dijangkau lebih mudah oleh berbagai kalangan.



DAFTAR PUSTAKA

Budianto A.K., 2009. *Pangan, Gizi dan Pembangunan Manusia Indonesia. Dasar-dasar ilmu Gizi*. UMM Press Malang

Cahyaningsih. Ratna. 2008. *Analisis Pola Konsumsi Pangan di Provinsi Jawa Barat. Fakultas Pertanian*. Institut Pertanian Bogor.

Departemen Kesehatan. 2015. *Ikan Sebagai Ketahanan Pangan Nasional*. <http://gizi.depkes.go.id/wp-content/uploads/2015/02/IKAN-UNTUK-KETAHANAN-PANGAN-DAN-GIZI-NASIONAL-Bag-II&III.pdf>. Diakses Pada 22 februari 2017 pukul 05.34 WIB.

Detik. 2016. *Konsumsi Ikan Masyarakat RI Terus Naik, Ini Rahasiannya*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3283205/konsumsi-ikan-masyarakat-ri-terus-naik-ini-rahasiannya>. Diakses Pada 28 Januari 2017 Pukul 10.56 WIB.

Hardinsyah. et al. 2012. *Kebiasaan Sarapan Anak Indonesia berdasarkan Data Risesdas 2010*. Jurnal Gizi dan Pangan. Sekretariat Pergizi Pangan Indonesia, Departemen Gizi Masyarakat, FEMA IPB, Bogor.

Hartati, Yuli. 2005. *Faktor – faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Ikan dan Status Gizi Anak 1 – 2 Tahun di kecamatan Gandus Kota Palembang Tahun 2005*. Program Studi Magister Gizi Masyarakat Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 Tentang Perubahan Atas Undang- Undang Nomor 31 Tahun 2004 Tentang Perikanan.

Mankiw, Gregory N. 2006. *Makroekonomi*. Erlangga. Jakarta.

Mulia. Jofan. 2015. *Analisis Preferensi Tingkat Konsumsi Ikan di Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso*. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Brawijaya.

Kecamatan Mojojoto Dalam Angka. 2016. Badan Pusat Statistik Kota Kediri.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2014. Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia No. Kep. 35/MEN/2014 tentang Tingkat Konsumsi Ikan Dalam Negri. Jakarta : Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2014. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. Kep. 41/MEN/2014 tentang Pedoman Gizi Berimbang.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Maradong, SetiaDavid. 2016. *Analisis Perekonomian pada Asisten Deputy Bidang Kelautan dan Perikanan*. Deputy Bidang Kemaritiman. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.



Mongabay. 2016. Prihatin Konsumsi Ikan Rendah, KKP Gencarkan Lagi Gerakan Makan Ikan. <http://www.mongabay.co.id/2016/06/27/prihatin-konsumsi-ikan-rendah-kkp-gencarkan-lagi-gerakan-makan-ikan/>. Diakses Pada 28 Januari 2017 Pukul 09.37 WIB.

Munandar. M. Jono, at al. 2013. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor*. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Purwaningsih. Sri. 2010. *Kandungan Gizi dan Mutu Ikan Tengiri (Scomberomorus commersonii) Selama Trasportasi*. Sekolah Tinggi Perikanan

Rahardjo, M. F., D. S. Sjafe, R. Affandi dan Sulistiono. 2011. *Ikhtyologi*. Lubuk Agung. Bandung.

Rahayu, Diana. 2015. *MANTAAT MENGONSUMSI DAGING IKAN BAGI KESEHATAN TUBUH*. Fakultas Biologi. Universitas Jenderal Soedirman.

Reinaldo. Yodsa. 2012. *Preferensi Terhadap Merek Pada Konsumen Dalam Pembelian Smartphone*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia.

PEMKOT Kediri. 2016. Warga Kediri Diajak Gemar Makan Ikan. <http://www.kedirikota.go.id/read/DalamBerita/2016/12/04/3/7/1497/Warga%20Kediri%20Diajak%20Gemar%20Makan%20Ikan>, Diakses Pada 28 Januari 2017 Pukul 09.11 WIB.

Sangadji. Mamang. Etta. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Yogyakarta

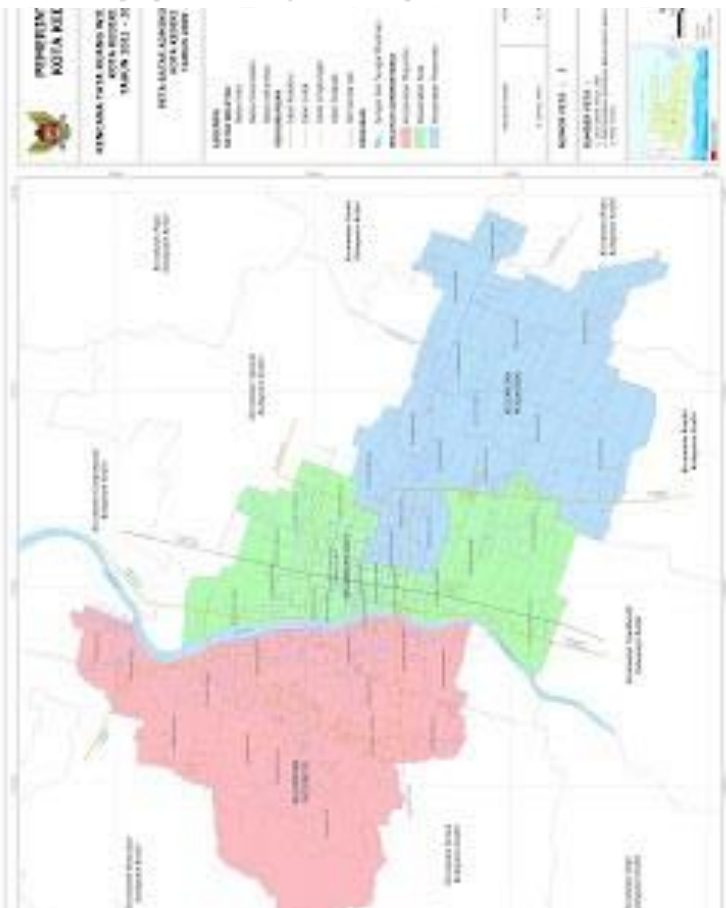
Santoso, Firman. 2009. *Karakteristik Pendistribusian Ikan Segar dan Olahan dari Pangkalan Pendaratan Ikan Cituis Tangerang*. Institut Pertanian Bogor.

Sokib, Palupi, Suharjo. 2012. *Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan di Kota Depok, Jawa Barat*. Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Yudaningrum, Agnes. 2011. *Analisis Hubungan Proporsi Pengeluaran dan Konsumsi Pangan Dengan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani di Kabupaten Kulon Progo*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

LAMPIRAN

Lmpiran 1. Peta lokasi penelitian



Gambar 4. Peta Kota Kediri (Bappeda Kota Kediri, 2017)

Lampiran 2. Peta lokasi penelitian



2	SitiAisah	PR	43	SLTP	IRT
3	ZahiraMasruroh	PR	23	SMA	MHSW
4	SitiAmalia	PR	28	SMA	MHSW
5	HeruCandra	LK	18	SLTP	PLJR
6	GalihSeptian	LK	18	SLTP	PLJR
7	Rizki Akbar	LK	17	SLTP	PLJR
8	Abdul Ghofur	LK	18	SLTP	PLJR
9	Mahendra	LK	17	SLTP	PLJR
10	Yuliana	PR	19	SMA	MHSW
11	Ella Ningrum	PR	19	SMA	MHSW
12	Muhammad Didik	LK	35	SMA	WRS
13	Budi Tristanto	LK	37	SMA	WRS
14	IndraBarani	LK	26	SMA	PGS
15	NurMaunah	PR	25	SMA	IRT
16	Adelia	PR	24	SRJN	WRS
17	Astutisfaurrohmah	PR	24	SRJN	IRT
18	NingsihPutri	PR	26	SMA	IRT
19	Dimas	LK	22	SMA	WRS
20	Etika	PR	56	SMA	IRT
21	Ella pangesti	LK	62	SLTP	IRT
22	Baiturrohman	LK	41	SRJN	PNS
23	RofiqotulAmalia	PR	17	SLTP	PLJR
24	Wening	PR	17	SLTP	PLJR
25	Muhammad Ibrahim	LK	17	SLTP	PLJR
26	IbnuMurtadho	LK	17	SLTP	PLJR
27	Sarah Irfani	PR	22	SMA	MHSW
28	SelviSeptiani	PR	21	SMA	MHSW
29	DiniSahriani	PR	22	SMA	MHSW
30	Hana Atus	PR	28	SMA	PGS
31	NingAzza	PR	27	SMA	PGS
32	Farida	PR	36	SRJN	WRS
33	Anismaulina	PR	28	SRJN	PGS
34	FinaHarumSaputri	PR	25	SRJN	IRT
35	FirdaFahsaHabibi	PR	24	SRJN	IRT
36	AzzaAzizah	PR	24	SRJN	IRT
37	Said Muhiddin	LK	58	SRJN	PNS
38	Lilik Eva	PR	49	SMA	IRT
39	YunairrisaAyuningsih	PR	33	SRJN	IRT
40	YanuaristaRestu	PR	57	SLTP	IRT
41	Noval	LK	49	SRJN	PNS
42	Sandi Pratama	LK	61	SRJN	LN2
43	Lutfiadewi	PR	59	SLTP	IRT
44	Reza Hartono	LK	39	SRJN	PNS



45	Harno Abdi	LK	51	SMA	PNS
46	RisaNingrum	PR	42	SMA	WRS
47	Jebrina	PR	39	SMA	IRT
48	Nurmalia	PR	23	SMA	MHSW
49	SaifulFanani	LK	22	SMA	MHSW
50	Yogi WilmanCandra	LK	25	SRJN	WRS
51	LutfiArdiansah	LK	24	SRJN	PGS
52	Cahya Budi	LK	24	SMA	MHSW
53	NametPurnomoHadi	LK	17	SLTP	PLJR
54	Sri Wijanarko	LK	46	SRJN	PNS
55	NungkiAsih	PR	23	SRJN	MHSW
56	WahyuKusuma Jaya	LK	26	SRJN	PGS
57	Budi	LK	35	SRJN	PNS
58	Sukur	LK	58	SMA	WRS
59	Hadi	LK	54	SMA	WRS
60	Made	LK	47	SMA	PNS
61	Heru	LK	55	SMA	LN2
62	Mulyono	LK	48	SMA	PNS
63	Sularno	LK	61	SMA	LN2
64	Hendro	LK	38	SMA	WRS
65	Ramtadi	LK	56	SMA	PNS
66	Indra	LK	32	SRJN	WRS
67	Bu Domo	PR	62	SMA	LN2
68	Landa	LK	30	SRJN	PNS
69	UmiAnisa	PR	63	SMA	LN2
70	Hida	PR	24	SMA	MHSW
71	Rahmat	LK	67	SRJN	LN2
72	Trio Ratno	LK	21	SRJN	WRS
73	Upik	PR	54	SRJN	PNS
74	Bagus	LK	16	SMA	PLJR
75	Heriyati	PR	53	SMA	IRT
76	SitiMunawaroh	PR	46	SMA	IRT
77	Fitria	PR	50	SD	IRT
78	Donah	PR	70	SD	WRS
79	Boy Ahmad	LK	35	SLTP	WRS
80	Sugiat	LK	54	SD	WRS
81	Sriwarsiati	PR	42	SMA	WRS
82	Ima	PR	48	SD	WRS
83	Abdul Haris	LK	53	SLTP	WRS
84	UmiKhalifah	PR	39	SMA	IRT
85	Azhari	LK	52	SMA	WRS
86	Suwaji	LK	47	SMA	WRS

87	NurZamhariro	PR	41	SMA	IRT
88	FeralIndraningsih	PR	39	SMA	WRS
89	DoniAdiSaputra	LK	22	SMA	LN2
90	Anik	PR	58	SMA	IRT
91	CahyoWicaksono	LK	24	SMA	MHSW
92	DafidPrasetio	LK	23	SLTP	WRS
93	Almiyati	PR	49	SMA	WRS
94	FitriaNoviasih	PR	33	SMA	PGS
95	Masduki	LK	50	SRJN	PNS
96	Risma	PR	22	SMA	MHSW

Lampiran 3. Anti Image Matrices

Anti-image Matrices

		harga	kemasan	rasa	mudah	keluarga	gizi	iklan
Anti-image Covariance	harga	.836	-.136	-.034	-.277	.067	.078	-.078
	kemasan	-.136	.930	-.066	.018	-.157	.030	-.030
	rasa	-.034	-.066	.914	.035	-.229	-.066	.015
	mudah	-.277	.018	.035	.857	.058	.088	-.043
	keluarga	.067	-.157	-.229	.058	.886	.057	.010
	gizi	.078	.030	-.066	.088	.057	.950	.102
Anti-image Correlation	iklan	-.078	-.030	.015	-.043	.010	.102	.966
	harga	.552 ^a	-.154	-.039	-.327	.078	.088	-.087
	kemasan	-.154	.563 ^a	-.071	.021	-.173	.032	-.032
	rasa	-.039	-.071	.551 ^a	.039	-.255	-.071	.016
	mudah	-.327	.021	.039	.575 ^a	.066	.097	-.048
	keluarga	.078	-.173	-.255	.066	.534 ^a	.062	.011
	gizi	.088	.032	-.071	.097	.062	.634 ^a	.106
	iklan	-.087	-.032	.016	-.048	.011	.106	.682 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



Lampiran 4. Communalities Hasil Penelitian

Communalities

	Initial	Extraction
harga	1.000	.552
kemasan	1.000	.424
rasa	1.000	.478
mudah	1.000	.503
keluarga	1.000	.579
gizi	1.000	.248
iklan	1.000	.195

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lampiran 5. Total Variance Explained Hasil Penelitian

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.577	22.522	22.522	1.577	22.522	22.522	1.572	22.456	22.456
2	1.402	20.036	42.558	1.402	20.036	42.558	1.407	20.103	42.558
3	.976	13.949	56.507						
4	.883	12.610	69.117						
5	.856	12.226	81.343						
6	.695	9.931	91.274						
7	.611	8.726	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lampiran 6. Component Matrix Hasil Penelitian



Component Matrix^a

	Component	
	1	2
harga	.725	.164
kemasan	.183	.625
rasa	-.206	.660
mudah	.709	-.038
keluarga	-.233	.725
gizi	-.482	-.124
iklan	.432	.090

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Lampiran 7. Rotated Component Matrix Hasi Penelitian

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
harga	.742	.043
kemasan	.283	.586
rasa	-.095	.685
mudah	.693	-.154
keluarga	-.111	.753
gizi	-.496	-.043
iklan	.441	.017

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.



Lampiran 8. Konsumsiikan

no	Nama	JML AGT	volume ikan yang dikonsumsi						jenisikan
			IS	IO	jumlah				
1	Nisaulzahro	4	4	0	4	1	0		TWR
2	SitiAisah	5	4	0	4	0,8	9,6		TWR
3	ZahiraMasruroh	1	2	0	2	2	24		TWR
4	SitiAmalia	1	2	0	2	2	24		TWR
5	HeruCandra	1	0	2	2	2	24		OLHN
6	GalihSeptian	1	0	2	2	2	24		OLHN
7	Rizki Akbar	1	0	2	2	2	24		OLHN
8	Abdul Ghofur	1	0	2	2	2	24		OLHN
9	Mahendra	1	0	2	2	2	24		OLHN
10	Yuliana	1	1	0	1	1	12		LT
11	Ella Ningrum	1	0	0	0	0	0		OLHN
12	Muhammad Didik	4	4	0	4	1	12		TWR
13	Budi Tristanto	4	8	0	8	2	24		LT
14	IndraBarani	3	4	0	4	1,33	15,96		TWR
15	NurMaunah	3	2	0	2	0,67	8,04		TWR
16	Adelia	2	4	0	4	2	24		TWR
17	Astutisifaurohmah	3	2	0	2	0,67	8,04		TWR
18	NingsihPutri	3	4	0	4	1,33	15,96		TWR
19	Dimas	1	2	0	2	2	24		TWR
20	Etika	5	6	0	6	1,2	14,4		TWR
21	Ella pangesti	5	4	0	4	0,8	9,6		TWR
22	Baiturrohman	4	2	0	2	0,5	6		LT
23	RofiqotulAmalia	1	0	2	2	2	24		OLHN
24	Wening	1	0	2	2	2	24		OLHN
25	Muhammad Ibrahim	1	0	2	2	2	24		OLHN
26	IbnuMurtadho	1	0	2	2	2	24		OLHN
27	Sarah Irfani	1	0	1	1	1	12		OLHN
28	SelviSeptiani	1	0	2	2	2	24		OLHN
29	DiniSahriani	1	2	0	2	2	24		LT
30	Hana Atus	3	4	0	4	1,33	15,96		TWR
31	NingAzza	3	2	0	2	0,67	8,04		TWR
32	Farida	4	4	0	4	1	12		TWR
33	Anismaulina	3	4	0	4	1,33	15,96		TWR
34	FinaHarumSaputri	3	0	0	0	0	0		TWR
35	FirdaFahsaHabibi	3	4	0	4	1,33	15,96		LT
36	AzzaAzizah	3	2	0	2	0,67	8,04		TWR
37	Said Muhiddin	6	4	0	4	0,67	8,04		LT



38	Lilik Eva	5	4	0	4	0,8	9,6	LT
39	YunairrisaAyuningsih	4		0	0	0	0	LT
40	YanuaristaRestu	4	4	0	4	1	12	TWR
41	Noval	5	4	0	4	0,8	9,6	LT
42	Sandi Pratama	3	2	0	2	0,67	8,04	LT
43	Lutfiadewi	3	2	0	2	0,67	8,04	TWR
44	Reza Hartono	4	4	0	4	1	12	LT
45	Harno Abdi	4	4	0	4	1	12	TWR
46	RisaNingrum	4	4	0	4	1	12	OLHN
47	Jebrina	5	4	0	4	0,8	9,6	LT
48	Nurmalia	3	0	2	2	0,67	8,04	OLHN
49	SaifulFanani	5	0	4	4	0,8	9,6	OLHN
50	Yogi WilmanCandra	5	4	0	4	0,8	9,6	TWR
51	LutfiArdiansah	4	0	0	0	0	0	TWR
52	Cahya Budi	5	0	4	4	0,8	9,6	OLHN
53	NametPurnomoHadi	5	0	4	4	0,8	9,6	OLHN
54	Sri Wijanarko	4	8	0	8	2	24	LT
55	NungkiAsih	3	0	4	4	1,33	15,96	OLHN
56	WahyuKusuma Jaya	6	4	0	4	0,67	8,04	TWR
57	Budi	4	4	0	4	1	12	TWR
58	Sukur	4	4	0	4	1	12	LT
59	Hadi	4	2	0	2	0,5	6	LT
60	Made	4	4	0	4	1	12	TWR
61	Heru	3	8	0	8	2,67	32,04	TWR
62	Mulyono	4	4	0	4	1	12	LT
63	Sularno	3	4	0	4	1,33	15,96	LT
64	Hendro	4	4	0	4	1	12	LT
65	Ramtadi	5	4	0	4	0,8	9,6	TWR
66	Indra	3	8	0	8	2,67	32,04	LT
67	Bu Domo	4	2	0	2	0,5	6	TWR
68	Landa	3	4	0	4	1,33	15,96	LT
69	UmiAnisa	3	4	0	4	1,33	15,96	TWR
70	Hida	5	0	2	2	0,4	4,8	OLHN
71	Rahmat	3	4	0	4	1,33	15,96	TWR
72	Trio Ratno	1	4	0	4	4	48	LT
73	Upik	4	8	0	8	2	24	TWR
74	Bagus	4	0	4	4	1	12	OLHN
75	Heriyati	2	2	0	2	1	12	TWR
76	SitiMunawaroh	4	2	0	2	0,5	6	TWR
77	Fitria	3	4	0	4	1,33	15,96	TWR
78	Donah	2	2	0	2	1	12	TWR
79	Boy Ahmad	1	4	0	4	4	48	LT
80	Sugiat	5	2	0	2	0,4	4,8	TWR

81	Sriwarsiati	4	2	0	2	0,5	6	TWR
82	Ima	3	2	0	2	0,67	8,04	TWR
83	Abdul Haris	4	0	0	0	0	0	TWR
84	UmiKhalifah	3	2	0	2	0,67	8,04	LT
85	Azhari	5	4	0	4	0,8	9,6	LT
86	Suwaji	4	0	0	0	0	0	TWR
87	NurZamhariro	5	2	0	2	0,4	4,8	TWR
88	FeralIndraningsih	3	4	0	4	1,33	15,96	TWR
89	DoniAdiSaputra	4	2	0	2	0,5	6	TWR
90	Anik	4	4	0	4	1	12	TWR
91	CahyoWicaksono	5	0	2	2	0,4	4,8	OLHN
92	Dafid	4	4	0	4	1	12	TWR
93	Almiyati	4	4	0	4	1	12	TWR
94	FitriaNoviasih	3	4	0	4	1,33	15,96	TWR
95	Masduki	4	4	0	4	1	12	LT
96	Risma	4	0	4	4	1	12	OLHN
	Jumlah		255	51	306	1,15	13,87	
			83%	17%	100%			