

## **Analisis Keputusan Konsumen Membeli Ikan Segar di Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur**

### ***Decision Analysis of Consumer Buying Fresh Fish in Waingapu City, East Sumba District***

**Yasinta Danga Kumba\*, Junaedin Wadu**

Program Studi Agribisnis Universitas Kristen Wira Wacana Sumba  
Jl. R. Suprpto No. 35 Waingapu, Kabupaten Sumba Timur - NTT

\*Email: yasintadangkumba@gmail.com

(Diterima 26-07-2023; Disetujui 14-10-2023)

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan konsumen dalam membeli ikan segar di Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur. Pemilihan Kota Waingapu sebagai lokasi penelitian didasari pertimbangan bahwa kota tersebut merupakan pusat perekonomian masyarakat Kabupaten Sumba Timur. Selain itu, Kota Waingapu dipilih karena memiliki populasi penjual dan konsumen ikan segar yang besar. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang yang merupakan pembeli ikan yang bersedia untuk diwawancarai. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan di Kota Waingapu dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan segar, sedangkan selera konsumen, kualitas produk dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan segar. Secara simultan lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu.

Kata kunci: Ikan segar, Keputusan Pembelian, Pengaruh

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze consumer decisions in buying fresh fish in Waingapu City, East Sumba Regency. The choice of Waingapu City as the research location was based on the consideration that the city is an economic center for the people of East Sumba Regency. In addition, Waingapu City was chosen because it has a large population of fresh fish sellers and consumers. Respondents used in this study amounted to 96 people who are fish buyers who are willing to be interviewed. The sampling technique in this study used a simple random sampling technique. To analyze the factors that influence consumer decisions in buying fish in Waingapu City, multiple linear regression analysis was carried out. The results of this study explain that location and price factors have a significant effect on consumers' decisions to buy fresh fish, while consumer tastes, product quality and consumer income have a significant influence on consumers' decisions to buy fresh fish. Simultaneously, location, price, consumer tastes, product quality, and consumer income have a significant effect on fresh fish purchasing decisions in Waingapu City.*

*Keywords: Fresh fish, Buying decision, Influence*

#### **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara agraris yang padat penduduknya, kondisi ini didukung dengan sumberdaya alam yang sangat potensial dan wilayah yang sangat luas, sehingga berpotensi untuk mencukupi kebutuhan pangan bagi penduduknya. Kebutuhan akan bahan pangan bagi penduduk Indonesia dapat diperoleh dari sektor pertanian di dalam negeri maupun dari luar negeri seperti impor dari negara lain. Sektor pertanian tersebut meliputi lima subsektor, yaitu tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan.

Subsektor perikanan memiliki peran penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam menghasilkan bahan pangan protein hewani, mendorong pertumbuhan agroindustri melalui penyediaan bahan baku, meningkatkan devisa melalui peningkatan ekspor hasil perikanan,

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI IKAN SEGAR DI KOTA WAINGAPU  
KABUPATEN SUMBA TIMUR**  
Yasinta Danga Kumba, Junaedin Wadu

menciptakan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani nelayan, serta menunjang pembangunan daerah (Prabowo, 2021). Sejalan dengan peningkatan pendapatan masyarakat, pertambahan penduduk, perbaikan pendidikan serta modernisasi sistem komunikasi dan transportasi, maka hal ini akan mempercepat terjadinya perubahan-perubahan dalam masyarakat. Terpenuhinya kebutuhan akan karbohidrat mendorong masyarakat lebih berorientasi kepada menu yang lebih tinggi nilainya, yaitu protein hewani.

Kebutuhan manusia terhadap protein hewani yang selalu meningkat berkaitan dengan kebutuhan manusia pada gizi (Petra *et al.*, 2021). Kebutuhan akan protein hewani salah satunya dapat diperoleh dari sumberdaya perikanan laut. Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena banyak mengandung protein hewani. Jenis ikan yang sering dikonsumsi beraneka ragam jenisnya. Jenis ikan yang dipasarkan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu ikan atau hasil perikanan dalam keadaan segar atau sering disebut ikan segar dan dalam bentuk olahannya. Ikan segar dapat berupa ikan laut maupun ikan air tawar (Luhur *et al.*, 2020).

Kabupaten Sumba Timur secara geografis merupakan salah satu Kabupaten di Nusa Tenggara Timur yang sebagian besar wilayahnya adalah pesisir. Wilayah Sumba Timur terdiri 22 kecamatan dan terdapat 17 kecamatan yang berada di pesisir. Komoditas perikanan yang cukup menonjol di Kabupaten Sumba Timur adalah rumput laut, ikan pelagis besar (tuna, tongkol, dan cakalang), ikan demersal (kerapu, cumi-cumi, dan tenggiri), kelompok pelagis kecil (tembang, kembung, dan kakap merah), serta ikan budi daya perairan umum daratan (Henggu *et al.*, 2021). Data perkembangan produksi ikan tangkap Kabupaten Sumba Timur dari tahun 2017 sampai dengan 2021, dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Empat Kecamatan Dengan Produksi Perikanan Tangkap (ton)  
Tertinggi dari di Kabupaten Sumba Timur, 2017-2021**

Kecamatan	2017	2018	2019	2020	2021
Kota Waingapu	1196	1 315	2 594,7	3 008,3	4 415,46
Kambera	701,5	771,6	575,6	287,3	642,6
Haharu	830,5	828,1	766,7	363,1	360,72
Kanatang	740,1	824,4	739,8	386,3	689,82
Sumba Timur	9 108,8	9 122	9 202,05	9 336,9	9 476,06

Sumber: BPS Sumba Timur, 2022

Tabel 1 menjelaskan produksi ikan tangkap Kabupaten Sumba Timur yang terus meningkat dari tahun 2017 hingga 2021, dimana Kota Waingapu merupakan kecamatan dengan produksi tertinggi setiap tahunnya dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Sumba Timur. Perkembangan dunia bisnis diiringi perubahan pola pikir konsumen yang dinamis memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Keberadaan konsumen memberikan pengaruh terhadap tujuan akhir dari pemasaran, yaitu memperoleh keuntungan atau laba melalui pembelian produk disertai dengan kepuasan konsumen yang akan berakhir dengan terjadinya pembelian secara terus-menerus. Oleh karena itu, dalam proses pemasaran harus memperhitungkan faktor penyebab terjadinya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk (Apituley *et al.*, 2017). Atas pertimbangan inilah penting bagi pihak perusahaan untuk mengetahui dan memahami perilaku pembelian konsumen, sehingga perusahaan mampu mengembangkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Ufat *et al.* (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Hal ini membuktikan unsur-unsur dari bauran pemasaran dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Sedangkan Saiful & Talakua, (2020) pada penelitiannya menyatakan keputusan konsumen mengkonsumsi ikan segar dipengaruhi harga dan kualitas produk, yang artinya pedagang perlu memperhatikan faktor harga dan menjaga kualitas produk guna pengembangan usahanya. Sehingga dari latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan segar di Kota Waingapu.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Kota Waingapu merupakan salah satu pusat perekonomian bagi masyarakat Kabupaten Sumba Timur. Selain itu Kota Waingapu dipilih karena memiliki populasi penjual dan kosumen ikan segar yang banyak. Penelitian ini akan dilaksanakan selama tiga bulan yaitu dari bulan April 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli ikan segar di Kota Waingapu. Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiono, 2018):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang responden yang merupakan konsumen ikan di Kota Waingapu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara acak, dimana setiap orang yang membeli ikan di Kota Waingapu dapat dijadikan menjadi sampel.

Dalam penyusunan penelitian ini jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk numerik (Sugiyono, 2017). Namun untuk melengkapi data penelitian dibutuhkan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer diperoleh dari responden yaitu konsumen yang membeli ikan segar di Kota Waingapu, dan data sekunder diperoleh dari instansi atau lembaga terkait di daerah penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara menggunakan kuisisioner. Menurut Arikunto (2006), wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang mengajukan pertanyaan lisan kepada responden. Kuesioner disusun dan kemudian diajukan kepada responden untuk memperoleh data yang berhubungan dengan pengambilan keputusan dalam membeli ikan segar di Kota Waingapu.

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen membeli ikan segar di Kota Waingapu akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang menjelaskan pengaruh antar variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>... = Koefisien regresi

x<sub>1</sub> = Lokasi

x<sub>2</sub> = Harga

x<sub>3</sub> = Selera Konsumen

x<sub>4</sub> = Kualitas Ikan

x<sub>5</sub> = Pendapatan Konsumen

e = *Error*

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI IKAN SEGAR DI KOTA WAINGAPU  
KABUPATEN SUMBA TIMUR**  
Yasinta Danga Kumba, Junaedin Wadu

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing faktor lokasi, harga, selera konsumen, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan di Kota Waingapu.

Sedangkan Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah secara bersamaan faktor lokasi, harga, selera konsumen, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan di Kota Waingapu. Kemudian uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam penelitian ini menerangkan variasi variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 96 orang pembeli ikan yang bersedia diwawancarai. Karakteristik responden memberikan gambaran terkait profil responden yang digunakan pada penelitian. Karakteristik responden pada penelitian ini digambarkan dari segi umur, pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan dalam keluarga.

### Umur

Menurut Saiful & Talakua (2020) perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap suatu produk

**Tabel 2. Distribusi Umur Responden**

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 25	6	6,25
2	25 – 34	37	38,54
3	35 – 44	25	26,04
4	45 – 54	26	27,08
5	> 54	2	2,08
Jumlah		96	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 2 menggambarkan distribusi umur dari responden, dimana mayoritas umur responden berada pada kategori dewasa dengan interval 25-54 tahun, yaitu berjumlah 88 orang. Responden dengan umur di bawah 25 tahun berjumlah 6 orang, dan responden dengan umur lebih dari 54 tahun berjumlah 2 orang. Menurut Wardandy *et al* (2022), umur merupakan salah satu faktor yang sangat memengaruhi kemampuan berfikir dan kemampuan mengambil keputusan, dimana umumnya individu yang sudah masuk pada kategori umur dewasa akan lebih matang berfikir dan lebih selektif ataupun lebih bijaksana dalam mengambil keputusan.

### Pendidikan

Semakin tinggi latar belakang pendidikan responden, semakin tinggi pula pengetahuan yang dia miliki. Termasuk memperhatikan preferensi apa yang mereka konsumsi.

**Tabel 3. Distribusi Pendidikan Responden**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	27	28,13
2	SMP	10	10,42
3	SMA	23	23,96
4	Perguruan Tinggi	36	37,50
Jumlah		96	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada tabel 3 yang merupakan distribusi tingkat pendidikan dari responden, dimana mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, yaitu jenjang perguruan tinggi sebanyak 36 responden, dan sisanya memiliki tingkat pendidikan SD sampai dengan SMA. Menurut Rozikin *et al* (2015), tingkat pendidikan dapat memengaruhi konsumen dalam memilih produk, dan pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen juga berbeda, dimana konsumen dengan pendidikan yang lebih tinggi umumnya lebih selektif dalam membeli suatu produk.

## Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah, termasuk dalam hal ini membeli produk olahan perikanan, dimana besarnya pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya memengaruhi pola konsumsinya (Aiman *et al*, 2017).

**Tabel 4. Distribusi Pendapatan Responden**

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1.000.000	0	0
2	1.000.000 – 2.999.999	2	2,08
3	3.000.000 – 4.999.999	57	59,38
4	5.000.000 – 6.999.999	32	33,33
5	> 6.999.999	5	5,21
Jumlah		96	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 4 yang merupakan distribusi pendapatan dari responden, dimana sebagian besar responden memiliki pendapatan dengan interval Rp 3.000.000 sampai dengan Rp 4.999.999 yaitu sebanyak 57 responden, kemudian interval Rp 5.000.000 sampai dengan Rp 6.999.999 sebanyak 32 responden. Hanya terdapat 2 responden dengan tingkat pendapatan Rp 1.000.000 sampai dengan 2.999.999 dan 5 responden dengan pendapatan lebih dari Rp 5.999.999. Keadaan ini menggambarkan daya beli untuk produk perikanan cukup tinggi

## Tanggungjawab Keluarga

Menurut Nahraeni *et al* (2019) jumlah anggota keluarga akan menggambarkan potensi permintaan terhadap suatu produk dari sebuah rumah tangga. Semakin banyak anggota keluarga dalam satu rumah tangga maka akan semakin besar jumlah produk olahan perikanan yang dibeli oleh keluarga tersebut.

**Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Tanggungjawab Keluarga**

No	Tanggungjawab Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0 – 1	2	2,08
2	2 – 3	53	55,21
3	4 – 5	41	42,71
4	> 5	0	0
Jumlah		96	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 5 merupakan distribusi jumlah tanggungan keluarga responden, dimana mayoritas responden memiliki jumlah tanggungan diantara 2 sampai dengan 3 orang, yaitu sebanyak 53 responden, kemudian 41 responden memiliki jumlah tanggungan sebanyak 4 sampai 5 orang, keadaan ini menggambarkan potensi permintaan yang cukup besar.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 1998). Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu instrumen dalam kuesioner. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 29 pernyataan pada kuesioner yang digunakan pada penelitian ini, seluruh pernyataan valid dengan nilai dengan semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Jadi kuesioner yang digunakan dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki reliabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau peneliti yang lain tetap memberikan hasil yang sama (Rakhmat, 2001). Uji reliabilitas menggunakan SPSS, yang dilakukan dengan menggunakan *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel. Nilai *cronbach's alpha* dari 29

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI IKAN SEGAR DI KOTA WAINGAPU  
KABUPATEN SUMBA TIMUR**  
Yasinta Danga Kumba, Junaedin Wadu

pernyataan yang digunakan pada penelitian ini adalah lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner dinyatakan *reliable* atau dapat dipercaya.

**Analisis Keputusan Konsumen Membeli Ikan Segar Di Kota Waingapu**

Setiap konsumen tentunya memiliki pertimbangan sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Berikut merupakan hasil analisis data terkait proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli ikan segar di Kota Waingapu.

**Tabel 6. Hasil Analisis Keputusan Konsumen Membeli Ikan Segar Di Kota Waingapu**

No	Keterangan	Kategori	Jumlah	
			Orang	(%)
1	Mengkonsumsi ikan karena Kota Waingapu memiliki potensi ikan yang sangat baik	Sangat Setuju	28	29,17
		Setuju	47	48,96
		Ragu-Ragu	21	21,88
		Kurang Setuju	0	0
		Tidak Setuju	0	0
2	Mengkonsumsi ikan untuk memenuhi kebutuhan gizi	Sangat Setuju	29	30,21
		Setuju	50	52,08
		Ragu-Ragu	17	17,71
		Kurang Setuju	0	0
		Tidak Setuju	0	0
3	Saya memastikan agar keluarga saya dapat mengkonsumsi ikan segar setiap hari.	Sangat Setuju	0	0
		Setuju	20	20,83
		Ragu-Ragu	50	52,08
		Kurang Setuju	26	27,08
		Tidak Setuju	0	0
4	Apabila jenis ikan segar yang biasanya saya beli tidak tersedia, saya akan membeli jenis ikan segar lainnya.	Sangat Setuju	22	22,92
		Setuju	67	69,79
		Ragu-Ragu	7	7,29
		Kurang Setuju	0	0
		Tidak Setuju	0	0
5	Mengkonsumsi ikan sudah menjadi suatu kebiasaan dalam keluarga saya yang akan terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan asupan gizi dan protein dalam tubuh.	Sangat Setuju	65	67,71
		Setuju	31	32,29
		Ragu-Ragu	0	0
		Kurang Setuju	0	0
		Tidak Setuju	0	0

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 6 menjelaskan terkait alasan konsumen membeli ikan di Kota Waingapu. Sebanyak 47 responden (48,96%) setuju bahwa salah satu alasan mereka mengkonsumsi ikan karena di Kota Waingapu terdapat sangat banyak jenis ikan yang dipasarkan. Kota Waingapu terletak di daerah pesisir sehingga sangat mudah ditemukan produk ikan segar yang merupakan hasil tangkapan dari nelayan lokal. Kemudian 29 responden (30,21%) sangat setuju dan 50 responden (52,08%) setuju bahwa mereka mengkonsumsi ikan untuk memenuhi kebutuhan tubuh akan protein dan omega 3. Keadaan ini menggambarkan kesadaran dari masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi ikan karena mengandung sangat banyak manfaat yang dibutuhkan oleh tubuh.

Sebanyak 20 responden (20,83%) setuju bahwa mereka akan memastikan keluarganya dapat mengkonsumsi ikan setiap hari, sedangkan 50 responden (52,08%) ragu-ragu dan 26 responden (27,08%) kurang setuju. Harga ikan yang cukup tinggi di Kota Waingapu menjadi alasan sebagian besar responden ragu-ragu terkait kemampuan untuk memastikan keluarganya dapat mengkonsumsi ikan setiap hari, dan sebagian konsumen lainnya menyatakan bahwa terdapat berbagai macam jenis makanan lainnya seperti daging sapi dan daging ayam, sehingga mereka biasanya menyediakan menu makanan sesuai dengan selera.

Tersedianya berbagai macam pilihan jenis ikan yang dipasarkan di Kota Waingapu merupakan sesuatu faktor yang mendorong keputusan konsumen dalam membeli ikan, dimana sebanyak 22 responden (22,92%) sangat setuju dan 67 responden (69,79%) setuju bahwa mereka akan tetap membeli ikan jenis lainnya ketika jenis ikan yang biasanya dibeli tidak tersedia. Kemudian

sebanyak 65 responden (67,71%) sangat setuju dan 31 responden (32,29%) setuju bahwa mengkonsumsi ikan sudah menjadi suatu kebiasaan dalam keluarga sehingga mereka akan terus mengkonsumsi ikan untuk memenuhi kebutuhan akan asupan gizi dan protein dalam tubuh.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y).

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.957	2.961		3.740	.000
Lokasi	.006	.094	.183	1.191	.077
Harga	.003	.085	.004	.038	.064
Selera Konsumen	.115	.113	.014	1.336	.046
Kualitas Produk	.162	.097	.174	1.677	.035
Pendapatan Konsumen	.088	.077	.012	1.310	.023

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai konstanta (nilai a) adalah sebesar 19,957 nilai b1 (lokasi) sebesar 0,168 nilai b2 (harga) sebesar 0,003 nilai b3 (selera konsumen) sebesar 0,015 nilai b4 (kualitas produk) sebesar 0,162 dan nilai b5 (pendapatan konsumen) sebesar 0,008. Dari hasil tersebut diperoleh persamaan:

$$Y = 19,957 + 0,006 x_1 + 0,003 x_2 + 0,115 x_3 + 0,162 x_4 + 0,088 x_5 + e$$

### Uji R<sup>2</sup>

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2017). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 8. Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 <sup>a</sup>	.603	.530	1.596

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Selera Konsumen, Kualitas Produk, pendapatan Konsumen

Hasil uji R<sup>2</sup>, nilai R square sebesar 0,603, berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat pada penelitian ini adalah sebesar 60,3%. Sedangkan 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah faktor lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli ikan di Kota Waingapu. Nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,29103 dan nilai t hitung dan nilai signifikan dari variabel independen pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,077 > 0,05 artinya secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Kota Waingapu. Lokasi penjualan ikan di Kota Waingapu merupakan daerah yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Hasil ini berbeda dengan penelitian Cynthia *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Keadaan lokasi penjualan ikan di Kota Waingapu pada umumnya sama yang merupakan

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI IKAN SEGAR DI KOTA WAINGAPU  
KABUPATEN SUMBA TIMUR**

Yasinta Danga Kumba, Junaedin Wadu

bagian dari pasar tradisonal, sehingga pembeli pada umumnya sudah terbiasa dengan keadaan pada lokasi penjualan ikan.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,064 > 0,05$  artinya secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian dari Sudi & Fauziyah (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan. Penduduk di Kota Waingapu sudah terbiasa dengan keadaan harga ikan yang cukup berfluktuasi, dimana harga ikan sangat dipengaruhi oleh jenis dan banyaknya ikan yang tersedia dipasaran, sehingga keadaan tersebut tidak lagi memengaruhi keinginan mereka dalam membeli ikan. Harga ikan segar yang dijual di Kota Waingapu bervariasi mulai dari Rp 20.000., sampai dengan Rp 100.000., tergantung dengan jenis ikan yang dibeli.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel selera konsumen terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,046 < 0,05$  artinya secara parsial variabel selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ufat *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa selera konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan. Menurut Henggu *et al* (2021) rata-rata angka konsumsi ikan rumah tangga masyarakat pesisir di Kabupaten Sumba Timur tertinggi pada kategori konsumsi ikan dalam rumah tangga, yakni 9,4 kg/rumah tangga/bulan atau setara 43%, kemudian diikuti oleh konsumsi luar rumah tangga mencapai 8,2 kg/rumah tangga/bulan (38%), dan konsumsi tidak tercatat sebesar 4,2 kg/rumah tangga/bulan (19%), dimana besarnya konsumsi ikan tersebut merupakan wujud kepuasan konsumen terhadap kualitas produk ikan segar di Kota Waingapu.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,035 < 0,05$  artinya secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Sudi & Fauziyah (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan. Kualitas ikan menjadi hal yang penting bagi penduduk Kota Waingapu, dimana cukup banyak ikan yang kualitasnya kurang baik di pasar mengakibatkan konsumen lebih selektif dalam membeli ikan. Sehingga dalam membeli ikan segar, penduduk di Kota Waingapu lebih mengutamakan kualitas ikan dibandingkan harga. Hal ini juga didukung dengan ikan yang tersedia di Kota Waingapu merupakan ikan yang tergolong segar dan bervariasi jenisnya. Karena Kota Waingapu merupakan daerah pesisir yang mudah dijangkau oleh pembeli ikan, sehingga menjadi salah satu alasan konsumen lebih memilih mengkonsumsi ikan.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,023 < 0,05$  artinya secara parsial variabel pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Ufat *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa pendapatan memengaruhi signifikan keputusan konsumen dalam membeli ikan. Menurut Luhur *et al.*, (2020) tingkat pendapatan merupakan gambaran kemampuan seseorang, dimana dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi umumnya seseorang akan semakin memperbaiki pola hidup, termasuk kualitas makanan. Jadi keadaan ini menggambarkan bahwa penduduk di Kota Waingapu menyesuaikan besarnya pendapatan dengan besarnya biasa yang dikeluarkan untuk kebutuhan konsumsi.

**Uji F**

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen secara bersama (simultan) terhadap jumlah produksi adalah sebesar  $0,043 < 0,05$  dan nilai F hitung  $73,266 > F$  tabel 1,91 sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu.

**Tabel 9. Hasil Uji F**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.521	5	1.904	73.266	.043 <sup>b</sup>
	Residual	135.386	90	1.504		
	Total	144.906	95			

Sumber: Output SPSS, 2023



Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Ufat *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa faktor lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan.

### KESIMPULAN

Hasil analisis keputusan konsumen dalam membeli ikan segar di Kota Waingapu menjelaskan bahwa faktor lokasi dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan segar, sedangkan faktor selera konsumen, kualitas produk dan pendapatan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli ikan segar.

Secara bersama-sama (simultan) faktor lokasi, harga, selera konsumen, kualitas produk, dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan segar di Kota Waingapu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan Unpad*, 8(1).
- Apituley, Y. M., Stevanus, S., Risakotta, S. C., & Hiariey, J. (2017). Sikap Dan Perilaku Konsumen Ikan Asar Di Kota Ambon. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 12(1), 121–132. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v12i1.2092>
- Arikunto, S. (2006). *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktik: Edisi Revisi VI. 2006*. Jakarta : Rineka Cipta.
- BPS Sumba Timur. (2022). *Sumba Timur Dalam Angka Tahun 2022*.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika. In *Universitas Diponegoro*.
- Henggu, K. U., Tega, Y. R., Meiyasa, F., Ndahawali, S., Tarigan, N., Nurdiansyah, Y., Suprpto, J. R., 35, N., Prailiu, K., Sumba, K., Jenderal, D., Daya, P., Kelautan, S. P., Perikanan, D., & Medan, J. (2021). Analisis Konsumsi Ikan pada Masyarakat Pesisir Sumba Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 7(2), 103–114. <https://doi.org/10.15578/MARINA.V7I2.10368>
- Luhur, E. S., Arthatiani, F. Y., & Suryawati, S. H. (2020). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Ikan Di Kabupaten Sumba Barat Daya, Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 15(2). <https://doi.org/10.15578/jsekp.v15i2.9270>
- Nahraeni, W., Rahayu, A., Yusdiarti, A., & Yaskur, Y. (2019). Keputusan Pembelian Dan Preferensi Konsumen Jeruk Pamelor. *JURNAL AGRIBISAINS*, 5(1). <https://doi.org/10.30997/jagi.v5i1.2171>
- Petra, D., Darwis, & Bathara, L. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Ikan Baung (*Mystus nemurus*) di Pasar Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Sosial Ekonomi ...*, 2(1), 9–19.
- Prabowo, T. (2021). Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah di Pasar Induk Cibitung Bekasi. *PARAMETER*, 6(2). <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i2.180>
- Rozikin, Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Harga, Iklan Televisi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang. *Journal of Management*, 1.
- Saiful, S., & Talakua, E. G. (2020). Keputusan Membeli Dan Kepuasan Konsumen Membeli Ikan Cakalang (*Katsuwonus Pelamis*) Segar Di Kota Ambon. *Jurnal IPTEKS Pemanfaatan*

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI IKAN SEGAR DI KOTA WAINGAPU  
KABUPATEN SUMBA TIMUR**  
Yasinta Danga Kumba, Junaedin Wadu

- Sumberdaya Perikanan*, 7(14). <https://doi.org/10.20956/JIPSP.V7I14.9547>
- Sudi, M., & Fauziyah, E. (2022). Dampak Persepsi Konsumen pada Pemasaran Ikan terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tanjung Sampang. *Agriscience*, 3(1), 111–126. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15394>
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ufat, M. R., Yusuf, S., & A, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Di Pangkalan Pendaratan Ikan Kota Kendari. *JESP: Jurnal Ekonomi Sosial Perikanan*, 2(1), 27–35.
- Wardandy, I. S., Mukson, M., & Prastiwi, W. D. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.33658/JL.V18I1.286>