

# **KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN TERI NASI PRODUK PULAU PASARAN DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Satria Yudha Pratama**

## **RINGKASAN**

Pulau Pasaran yang sebagian besar populasi penduduknya berprofesi sebagai nelayan dan pengolahan ikan asin, khususnya ikan teri nasi. Dengan penduduk berjumlah kurang lebih 1.900 orang penduduk dan 342 kepala keluarga di Pulau Pasaran, terbagi atas beberapa kelompok masyarakat, tenaga kerja yang menekuni industri rumahan ikan asin di Pulau tersebut berjumlah sekitar 765 orang. Rata-rata produksi ikan teri asin di wilayah tersebut yakni kurang lebih 3 ton/bulan untuk setiap pengolah, sehingga produksi totalnya diperkirakan sebanyak 120-150 ton/bulan atau sekitar 1.140 ton/tahun.

Adapun beberapa jenis ikan teri asin yang diproduksi adalah teri nasi super, teri nasi biasa, teri buntiau, teri rc, teri jengki, dan teri katak. Rentan harga jual per kilogram dari yang termahal yaitu Rp 120 ribu/kg. Dalam hal pemasaran ikan teri nasi tersebut, sebanyak 50% hasil produksi dipasarkan ke DKI Jakarta, sebanyak 30% ke wilayah Medan, Padang, Jambi, dan sekitarnya, kemudian 10% ke wilayah Karawang, Cianjur, Bandung dan sekitarnya. Serta 10% ke pasar lokal di Lampung.

Keunggulan ikan teri nasi Pulau Pasaran bisa dilihat dari sistem pengolahan ikan teri yang direbus di atas kapal setelah penangkapan, dengan tujuan menjaga kualitas. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pembelian ikan teri nasi di pasar tradisional Bandar Lampung.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif adalah mendeskripsikan terkait kondisi sosial dan budaya konsumen ikan teri nasi, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan teri nasi produksi Pulau Pasaran di pasar tradisional Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel responden dengan menggunakan accidental sampling. Jumlah populasi konsumen di pasar tradisional Bandar Lampung sebanyak 1000 konsumen dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden konsumen ikan teri nasi. Analisis tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi menggunakan analisis fishbein. Hasil penelitian menunjukkan Faktor internal/pribadi pada analisis sikap konsumen, atribut harga, gaya hidup, kebutuhan, citra rasa, pelayanan, merek, dan lokasi menjadi pertimbangan yang paling penting. Bagi konsumen dalam proses keputusan pembelian produk ikan teri nasi Pulau Pasaran. Atribut yang dianggap paling penting menurut konsumen adalah harga.

Faktor eksternal/sosial pada analisis sikap konsumen, atribut teman, lokasi, keluarga dan lingkungan menjadi pertimbangan yang paling penting oleh konsumen dalam proses

keputusan pembelian produk ikan teri nasi produk Pulau Pasaran. Hasil pengukuran kepercayaan menunjukkan konsumen sangat percaya produk ikan teri nasi Pulau Pasaran memiliki lokasi yang mudah dijangkau. Faktor eksternal/harga pada analisis sikap konsumen, atribut harga, kualitas, murah, harga dinaikan, dan manfaat menjadi pertimbangan yang paling penting oleh konsumen dalam proses keputusan pembelian produk ikan teri nasi produk Pulau Pasaran. Atribut yang dianggap paling penting menurut konsumen adalah murah.