

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling esensial bagi manusia untuk mempertahankan hidup dan kehidupan, dalam Undang-Undang No. 18 Tahun 2012, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, perikanan, kehutanan, peternakan, perairan, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan pembuatan makanan atau minuman. Pemenuhan ketersediaan pangan khususnya untuk pangan ikan, harus dapat memenuhi kecukupan konsumsi, merupakan faktor penting untuk diperhatikan, makanan yang dikonsumsi beragam jenisnya dengan berbagai cara pengolahannya (Resdiana, 2017).

Sektor perikanan berpeluang untuk menopang program nasional ketahanan pangan, terutama dalam hal pencukupan kebutuhan protein. Ikan merupakan sumber pangan yang memiliki kandungan protein hewani tinggi dan menyumbang sebesar 55% dalam penyediaan protein di Indonesia (Hardinsyah, 2012). Ikan sebagai sumber pangan memiliki kandungan gizi yang sangat baik misalnya protein sebagai sumber pertumbuhan, asam lemak omega 3 dan 6 yang bermanfaat bagi kesehatan ibu dan janin. Nilai biologisnya mencapai sampai dengan 90%, dengan jaringan pengikat sedikit sehingga lebih mudah dicerna (Nurjanah, 2010). Tingkat konsumsi ikan nasional tahun 2009 mencapai 29,08 kg/kapita/tahun, 2010 mencapai 30,43 kg/kapita/tahun, 2011 mencapai 32,25 kg/kapita/tahun, 2012 mencapai 33,89 kg/kapita/tahun (Kementerian dan Kelautan Perikanan, 2012).

Ikan merupakan produk yang sangat mudah mengalami pembusukan. Secara umum kerusakan atau pembusukan ikan dan hasil olahannya dapat digolongkan pada: 1) Kerusakan biologi, 2) Kerusakan enzimatik, 3) Kerusakan fisik, 4) Kerusakan kimiawi, untuk menghindari pembusukan dilakukan berbagai cara, salah satunya adalah melalui proses penggaraman. Selama proses

penggaraman berlangsung terjadi penetrasi garam ke dalam tubuh ikan dan keluarnya cairan dari tubuh ikan karena adanya perbedaan konsentrasi. Cairan tersebut dengan cepat akan melarutkan Kristal garam atau pengenceran larutan garam. Bersamaan dengan keluarnya cairan dari tubuh ikan, partikel garam pun masuk ke dalam tubuh ikan. Ikan yang diolah dengan proses penggaraman ini dinamakan ikan asin. Ikan Asin merupakan bahan makanan yang terbuat dari daging ikan yang diawetkan dengan menambahkan banyak garam. Dengan metode pengawetan ini, daging ikan yang biasanya membusuk dalam waktu singkat dapat disimpan di suhu kamar untuk jangka waktu berbulan-bulan, walaupun biasanya harus ditutup rapat (Adawyah, 2008).

Kandungan gizi yang ada pada ikan asin sangat berperan dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani, karena mengandung nilai gizi yang tinggi, dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan sumber protein hewan lainnya. Hal ini sangat memungkinkan masyarakat berpenghasilan rendah untuk dapat memenuhi kebutuhan proteinnya. Ikan asin juga telah diterima oleh golongan setiap golongan, bahkan produk-produk ikan asin kering tertentu dikategorikan sebagai makanan mewah (Afrianto dan Liviawaty, 2017). Terdapat empat jenis ikan asin yang banyak dikonsumsi yaitu diantaranya adalah ikan teri, sepat, selar, dan gabus, Kandungan gizi pada ikan asin per 100 gram dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan gizi pada ikan asin per 100 gram

No	Jenis Zat Gizi	Jumlah Kandungan
1	Protein (gram)	42
2	Lemak (gram)	1,5
3	Kalsium (miligram)	200
4	Zat Besi (gram)	0,3
5	Kalori (Kkcal)	193
6	Fosfor (mg)	300
7	Karbohidrat (gram)	0

Sumber : Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa jenis zat gizi dalam mengkonsumsi ikan asin dapat memberikan manfaat bagi tubuh manusia karena dalam 100 gram ikan asin terdapat protein, lemak, kalsium, zat besi, energi, fosfor, dan karbohidrat. Jenis kandungan gizi yang pertama adalah protein yaitu 42 gram yang berfungsi untuk

memelihara dan mengganti jaringan di tubuh yang telah rusak. Jumlah kandungan lemak 1,5 gram dapat berfungsi membantu melindungi tubuh agar tetap sehat dan menghindarkan tubuh dari kelelahan kronis. Kalsium 0,2 miligram berfungsi menjaga kesehatan tulang. Zat besi 0,3 gram untuk membantu meningkatkan kemampuan berpikir, kemampuan belajar, dan dapat meningkatkan kemampuan daya ingat. Kandungan gizi tertinggi yang ada pada ikan asin adalah Kalori 193 kkal yang berfungsi untuk dapat dibakar oleh tubuh menjadi energi. Fosfor 300 miligram berfungsi untuk mendukung kesehatan gigi dan tulang selain kalsium. Kandungan lainnya adalah vitamin B1 0,01 miligram dan vitamin C 0 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan Tugas akhir terhadap 100 gram ikan asin, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 70%. Kebutuhan kandungan gizi akan informasi yang mendasari untuk memotivasi konsumen dalam mengkonsumsi ikan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2020). Konsumsi ikan asin di Indonesia ternyata cukup banyak, rata-rata 792 gram ikan asin kg/kapita/tahun (Survei Sosial Ekonomi Nasional, 2020).

Kota Bandar Lampung memiliki luas lahan wilayah daratan 169,21 km^2 yang terbagi dalam 20 kecamatan dan 126 kelurahan dengan populasi penduduk 1.166.066 jiwa, saat ini Kota Bandar Lampung merupakan pusat jasa, dan perekonomian, dan perdagangan di Provinsi Lampung (Badan Pusat Statistik, Kota Bandar Lampung, 2022). Hal ini merupakan potensi yang besar sebagai daerah konsumsi bahan pangan. Terutama bahan pangan yang mengandung gizi yang cukup bagi perkembangan sumber daya manusia. Salah satu sumber bahan pangan yang menjadi pilihan adalah ikan asin, karena selain rasa ikan asin yang sesuai selera sebagian besar konsumen, harga dari ikan asin yang terbilang ekonomis dan terjangkau menurut sebagian masyarakat yang mengkonsumsi ikan asin. Kebutuhan konsumen akan sumber protein hewani merupakan kebutuhan yang sangat penting karena berhubungan dengan keadaan fisiologis akan zat bergizi dan kecerdasan anak-anak. Kebutuhan akan protein hewani salah satunya dapat diperoleh dari sumberdaya perikanan laut. Ikan asin merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena banyak mengandung protein hewani (Junianto, 2007).

Konsumen biasanya memilih pasar tradisional untuk mendapatkan ikan asin. Pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar modern, yaitu adanya interaksi sosial antara pedagang dan pembeli, produk-produk yang dijual selalu segar, dan kebanyakan pasar tradisional menampung produk-produk lokal (Fransisca, 2009). Usaha pemenuhan kebutuhan akan pangan bergizi tinggi, mendorong semakin banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi makanan dengan kandungan protein hewani, salah satunya ikan asin. Ikan asin memiliki kandungan protein yang baik untuk kesehatan tubuh, serta harganya yang terjangkau, menyebabkan ikan asin menjadi konsumsi yang digemari oleh masyarakat Kota Bandar Lampung.

Perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian ikan asin yang dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, harga, dan lokasi. Ketiga faktor utama tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Armeliani, 2018). Komponen utama dari ketiga faktor tersebut belum diketahui pengaruhnya dalam keputusan pembelian ikan asin di Kota Bandar Lampung. Konsumen yang ingin membeli timbul minatnya untuk melakukan konsumsi, akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak mengenai ikan asin. Informasi tentang pilihan ikan asin akan diproses oleh konsumen, apakah ikan asin tersebut rasanya enak, harganya murah dan kualitasnya ikan asin yang tidak mengecewakan konsumen. Gambar kualitas produk ikan asin dengan kualitas yang baik dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kualitas produk ikan asin yang baik
Sumber: Kompas.com

Ikan asin dengan kualitas baik memiliki aroma yang menyengat dan kurang sedap, sedangkan ikan asin berformalin cenderung tidak memiliki aroma. Ikan asin yang memiliki kualitas baik mudah hancur jika disentuh, berbeda dengan ikan yang berformalin, ikan asin yang berformalin mempunyai tekstur

yang cenderung keras. Ikan asin yang memiliki kualitas baik memiliki bentuk dan warna yang tidak menarik, sedangkan ikan asin dengan warna yang cenderung putih pucat biasanya sudah dicampur dengan formalin atau bahan pemutih. Gambar produk ikan asin dengan kualitas yang tidak baik, dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kualitas produk ikan asin yang tidak baik
Sumber: Kompas.com

Ikan asin yang berwarna terlalu putih bersih sangat mungkin mengandung bahan pemutih yang dapat membahayakan kesehatan konsumen ikan asin. Ikan asin yang memiliki daging terlalu kaku atau keras adalah ciri dari ikan asin yang telah dicampur dengan formalin agar tahan lama. Ikan asin dengan kualitas yang buruk memiliki warna yang kemerahan, konsumen harus menghindari membeli ikana sin dengan daging ikan asin yang berwarna kemerahan, sebab daging ikan asin yang sudah berwarna merah artinya sudah ditumbuhi jamur datau mengandung bakteri E-coli (Mentari, 2022). Saat konsumen ingin membeli ikan asin, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga akan timbul dan mengubah tujuan pembelian terhadap ikan asin, seperti issue penggunaan formalin dalam pengawetan ikan asin dapat memberikan pengaruh negatif dalam pembelian ikan asin oleh konsumen. Hal ini tentu saja mengurangi jumlah pembelian ikan asin yang pada akhirnya akan merugikan para produsen ikan asin, untuk memahami kebutuhan konsumen akan sumber protein hewani serta kebiasaan konsumsi dari konsumen baik harga, kualitas dan lokasi pembelian ikan asin di Pasar Tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung sangat penting dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Persaingan dalam pemasaran ikan asin yang semakin ketat menuntut para pedagang untuk menerapkan strategi secara tepat dan efisien, oleh karena itu, penting bagi pedagang ikan asin untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan asin. Setelah

mengetahui faktor-faktor tersebut, maka dapat diputuskan bagaimana strategi pengembangan yang akan dilakukan sehingga konsumen merasa puas akan produk yang diberikan, sehingga penting sekali bagi pedagang menyediakan ikan asin sesuai dengan yang diinginkan konsumen, agar konsumen terdorong minatnya untuk membeli ikan asin. Hal ini yang melatar belakangi tugas akhir mengenai keputusan konsumen terhadap pembelian ikan asin di pasar tradisional, agar pedagang dapat meningkatkan lagi strategi pemasarannya dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan terhadap pembelian ikan asin di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. Tugas akhir ini akan memberikan manfaat bagi pedagang ikan asin, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam membeli ikan asin.

1.2. Tujuan

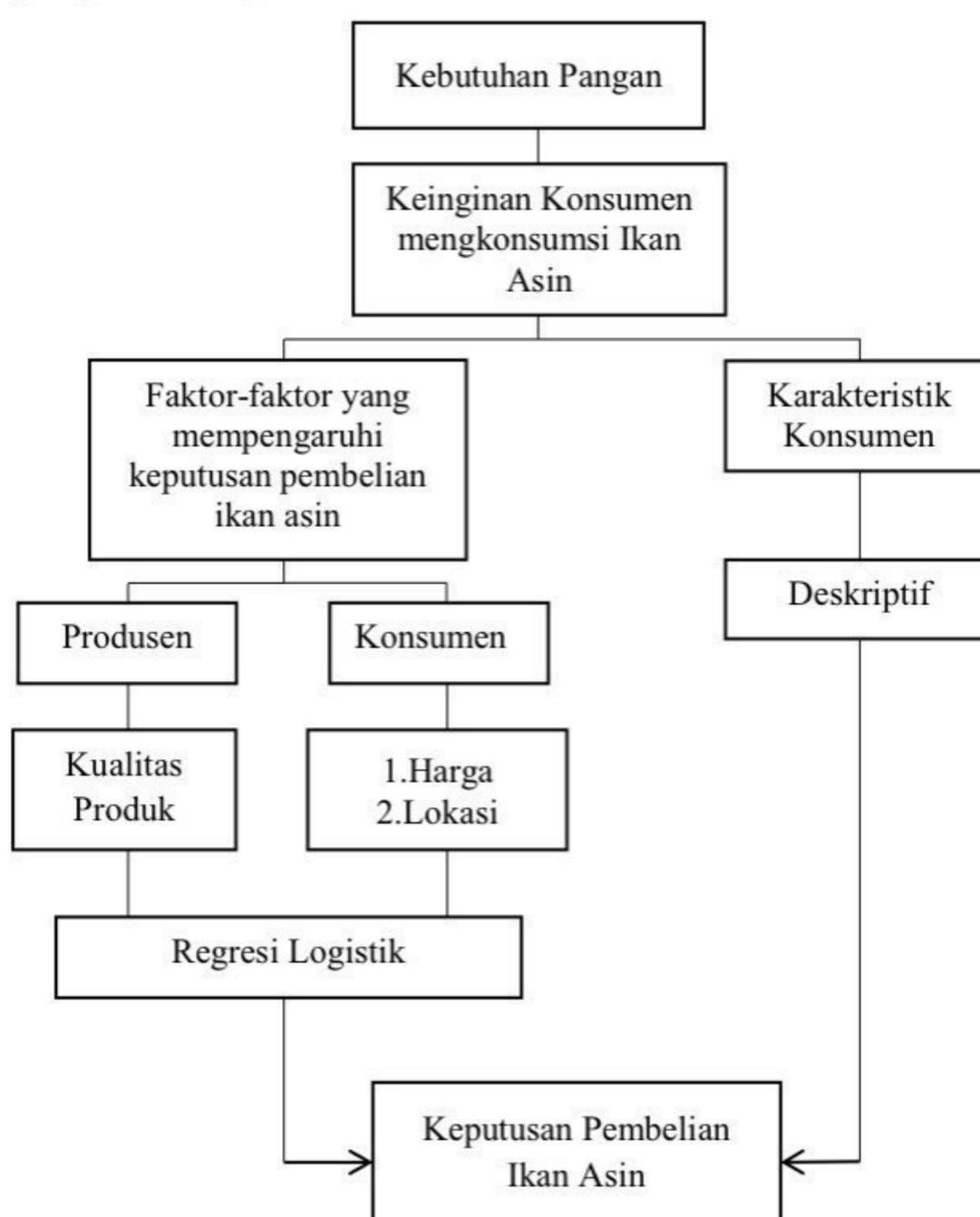
Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah

1. Menjelaskan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian ikan asin di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian ikan asin di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung.

1.3. Kerangka Pemikiran

Kebutuhan konsumen akan sumber protein hewani merupakan kebutuhan yang sangat penting karena berhubungan dengan keadaan fisiologis akan zat bergizi dan kecerdasan anak-anak. Kebutuhan akan protein hewani salah satunya dapat diperoleh dari sumberdaya perikanan laut. Ketersediaan ikan asin yang saat ini banyak di temui di tempat pembuatan ikan asin atau di tempat pengrajin ikan asin, menimbulkan pertanyaan apakah masih ada konsumen yang memilih membeli ikan asin di Pasar Tradisional, hal ini yang menjadi landasan dasar mengapa topik keputusan konsumen terhadap pembelian ikan asin di Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung ini diteliti. Adanya kebutuhan konsumen akan bahan pangan, diikuti dengan selera atau keinginan konsumen dalam mengkonsumsi ikan asin, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli ikan asin, terdapat faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli ikan asin, dipengaruhi oleh ketiga faktor utama yaitu kualitas

produk, harga, dan lokasi. Penting bagi pedagang ikan asin untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan asin. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut, maka dapat diputuskan bagaimana strategi pengembangan yang akan dilakukan sehingga konsumen merasa puas akan produk yang diberikan, sehingga penting sekali bagi pedagang menyediakan ikan asin sesuai dengan yang diinginkan konsumen, agar konsumen terdorong minatnya untuk membeli ikan asin. Kerangka pemikiran analisis keputusan konsumen terhadap pembelian ikan asin di pasar tradisional Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka pemikiran analisis keputusan konsumen terhadap pembelian ikan asin di pasar tradisional Kota Bandar Lampung.

1.3 Kontribusi

Hasil tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Sebagai sumber informasi mengenai informasi pasar tentang perilaku konsumen bagi pemerintah dan masyarakat umum, serta pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.
2. Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi produsen/pedagang ikan asin, yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan sebagai dasar pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran ikan asin di pasar tradisional Kota Bandar Lampung.

1.4 Hipotesis Tugas Akhir

Hipotesis statistik yang digunakan dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

- a) $H_0: \beta_i = 0$ berarti tidak ada pengaruh x_i terhadap Y
- b) $H_1: \beta_i \neq 0$ berarti ada pengaruh x_i terhadap Y

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Ikan

1. Ikan asin

Ikan asin merupakan komoditi pangan yang dihasilkan dari perairan antara lain ikan, udang, kerang atau kepiting dan cumi-cumi. Ikan pada umumnya lebih banyak dikenal daripada hasil perikanan yang lain karena paling banyak di tanggap dan dikonsumsi, menurut tempat hidupnya tiga golongan ikan laut, ikan darat (ikan air tawar) dan ikan migrasi (Susanto, 2021). Ikan asin atau ikan kering merupakan hasil olahan proses penggaraman dan pengeringan. Ikan ini mempunyai kadar air rendah karena penyerapan oleh garam dan penguapan oleh pans. Beberapa jenis ikan yang biasanya diawetkan menjadi ikan asin atau ikan kering adalah ikan kakap, tongkol, tenggiri, kembung, layang, teri, petek, mujair, dan lain-lain (Susanto, 2021).

2. Manfaat ikan

Bahan pangan manusia telah mengetahui bahwa ikan merupakan hewan yang mempunyai nutrisi tinggi dan dikenal sebagai sumber protein, lemak dan omega-3 yang bermanfaat untuk menurunkan resiko *cardiovascular diseases* (CvD), dan mineral. Kandungan protein ikan tidak kalah dengan kandungan protein yang berasal dari daging dan telur. Selain itu adalah salah satu sumber protein hewani yang harganya lebih murah dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya seperti daging sapi dan daging ayam. Ikan diketahui sangat bermanfaat bagi ibu-ibu hamil, bayi dalam kandungan. Makan ikan 2-3 kali dalam seminggu dapat menjaga kesehatan anak-anak dan wanita serta keluarga secara keseluruhan. Protein yang mengandung asam amino mempunyai daya cerna tinggi dan kualitas tinggi, peptide dari organ pencernaan ikan bermanfaat bagi kesehatan, demikian juga vitamin dan mineral (Susanto, 2021).

3. Pengolahan dan pengawetan ikan

Proses pengolahan dan pengawetan ikan merupakan salah satu bagian terpenting. Tanpa adanya kedua proses tersebut, peningkatan produksi ikan yang telah dicapai selama ini akan sia-sia, karena tidak semua produk ikan dapat dimanfaatkan oleh konsumen dalam keadaan baik. Pengolahan dan pengawetan ikan bertujuan untuk mempertahankan mutu dan kesegaran ikan selama mungkin dengan cara menghambat dan menghentikan penyebab kemunduran mutu ikan atau pembusukan dan penyebab kerusakan ikan. Tujuan utama proses pengawetan ikan diantaranya mencegah proses pembusukan pada ikan saat produksi melimpah, meningkatkan jangkauan pemasaran ikan, melaksanakan diversifikasi pengolahan produk perikanan, dan dapat meningkatkan pendapatan nelayan oleh masyarakat karena produk akhirnya mempunyai ciri-ciri khusus yakni perubahan sifat-sifat daging seperti bau, rasa, bentuk, dan tekstur. Afrianto (2017), menjelaskan teknik pengawetan ikan dapat dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

a) Menggunakan suhu rendah

Bakteri pembusuk hidup di lingkungan bersuhu 0-30°C, bila suhu diturunkan dengan cepat hingga 0° atau lebih rendah lagi, aktivitas bakteri pembusukan akan terhambat atau terhenti sama sekali. Sedangkan aktivitas enzim penyebab autolisis telah lebih dahulu terhenti. Suhu rendah dapat digunakan mengawetkan ikan segar atau ikan yang telah mengalami proses pengawetan, seperti ikan asin, ikan asap dan lain-lain.

b) Menggunakan suhu tinggi

Ternyata aktivitas bakteri pembusuk, jamur, maupun enzim dapat dihentikan dengan menggunakan suhu tinggi 80-90°C. Contoh dari pengolahan ikan yang memanfaatkan suhu tinggi adalah ikan asap atau ikan kaleng.

c) Mengurangi kadar air

Hampir sebagian besar tubuh ikan mengandung banyak air sehingga merupakan media yang sangat cocok bagi pertumbuhan bakteri pembusuk maupun mikroorganisme lain, dengan mengurangi kadar air dalam tubuh ikan, aktivitas bakteri akan terhambat sehingga proses pembusukan dapat dicegah.

d) Penambahan garam dan pengeringan pada ikan asin, penggaraman merupakan bentuk kuno yang masih banyak digunakan sampai sekarang. Pembuatan ikan asin, ikan diawetkan dengan kombinasi penggaraman dan pengeringan, pada konsentrasi tinggi garam dapat mencegah kerusakan ikan oleh enzim-enzim dalam daging ikan dan pembusukan oleh mikroorganisme. Garam mempunyai tekanan osmotik yang tinggi, sehingga akan menarik air dari daging ikan dan cairan dari sel mikroba. Akibatnya, mikroba akan mengalami plasmolisis dan mati. Penambahan garam menyebabkan protein ikan terdenaturasi sehingga daging ikan dan kadar air akan terhempas keluar. Pengeringan akan mengurangi kandungan air dalam daging ikan sehingga mikroba tidak dapat tumbuh dengan baik dan pembusukan dapat dicegah, pada umumnya pengeringan dilakukan secara tradisional dengan penjemuran. Proses pembuatan ikan asin mula-mula ikan dicampur dengan garam dengan perbandingan 3:1 sampai 4:1 atau kadar garam 25-35% dalam bak semen. Campuran kemudian disirami dengan larutan garam jenuh sebanyak 1/4-1/5 berat ikan diaduk dan dibiarkan selama 1-3 malam. Setelah itu ikan diangkat, dibilas, dan dijemur 1-4 hari tergantung ukuran ikan dan cuaca (Afrianto dan Liviawaty, 2017).

Afrianto dan Liviawaty (2017) menjelaskan bahwa ikan yang telah diawetkan dengan teknik penggaraman dapat bertahan dalam kondisi baik selama 2-3 bulan pada suhu dibawah 10°C, pada suhu di atas 15°C kerusakan pada ikan asin sangat cepat. Ikan Asin dapat stabil karena 3 faktor yaitu:

- a) Kerja Langsung dari sodium klorida pada jenis-jenis organisme pembusukan protein.
- b) Penghilangan oksigen dari jaringan yang mencegah pertumbuhan mikroorganisme.
- c) Gangguan sodium klorida terhadap kegiatan enzim proteolitik dalam daging.

2.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu bagian dari perilaku manusia dan oleh karena itu tidak dapat dipisahkan dari bagiannya, dalam bidang pemasaran studi tentang perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui selera konsumen yang senantiasa berubah dan untuk mempengaruhinya agar bersedia untuk

membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka butuhkan. Perusahaan berkepentingan dengan setiap kegiatan manusia, dalam sistem ini perilaku konsumen merupakan kegiatan manusia, dalam sistem ini perilaku konsumen merupakan kegiatan manusia sehingga dalam membicarakan perilaku konsumen berarti membicarakan ruang lingkup kegiatan manusia hanya dalam ruang lingkup yang lebih terbatas, memberikan definisi perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, dimana melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Firmansyah, 2018).

2.3. Pasar Tradisional

Pasar merupakan sarana jual beli berbagai komoditas. Sesuai dengan perkembangannya terdapat pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih mewakili golongan pedagang menengah ke bawah dan tersebar baik di kampung-kampung, kota-kota kecil maupun kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari serta ada sebagian yang beroperasi malam hari (Fransisca, 2009).

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri Dalam suatu pertukaran yang berguna untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios kios atau gerai. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan, berupa ikan, buah, sayuran, telur, daging, kain, pakaian, jasa dan lainnya. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (Fransisca, 2009).

2.4. Karakteristik Konsumen

Sumarwan (2011) menyatakan karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen, dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen memiliki pengetahuan dan pengalaman yang

banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi, karena sudah merasa cukup dengan pengetahuannya untuk mengambil keputusan. Konsumen yang memiliki kepribadian sebagai senang mencari informasi (*information seeker*) akan meluangkan waktu untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pendidikan adalah salah satu karakteristik demografi yang penting. Konsumen yang berpendidikan tinggi akan lebih senang untuk mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk sebelum ia memutuskan untuk membelinya.

2.5. Keputusan Pembelian

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga definisi, yaitu: (1) Adanya pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) adanya beberapa alternatif yang harus dipilih sebagai salah satu yang terbaik; dan (3) Adanya tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut (Handri dan Dian, 2005). Sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh perilaku purna-beli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas), dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku pembelian berikutnya, jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang. Seseorang konsumen yang merasa puas cenderung akan mengatakan kepada orang lain (Fandy, 2008).

2.6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu motivasi, persepsi, pekerjaan, gaya hidup, usia, pendapatan, kepribadian dan keyakinan. Faktor eksternal yaitu budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, situasi, harga, produk, promosi, lokasi dan lingkungan fisik lokasi (Kotler, 2009).

2.7. Alat Pengukuran Analisis

Regresi adalah bagaimana satu variabel dependen dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel lain yaitu variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel dependen didasarkan pada nilai variabel independen yang telah diketahui. Tujuan utama regresi adalah untuk memprediksi

nilai variabel dependen berdasarkan satu atau lebih variabel independen. Banyak kasus dalam analisis regresi dimana variabel dependennya bersifat kualitatif. Variabel dependen ini bisa mempunyai dua kelas atau kategori (biner) dan lebih dari 1 kelas (multinomial). Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengestimasi model regresi dengan variabel dependen bersifat kualitatif adalah dengan model probabilitas logistik atau disingkat logit (Widarjono, 2010).

Widarjono (2010) menyatakan bahwa variabel dalam logistic dapat berupa kategori atau kualitatif. Tujuan melakukan analisis data menggunakan regresi logistik adalah untuk mendapatkan analisis data menggunakan regresi logistik adalah untuk mendapatkan model terbaik dan sederhana, namun model tersebut sejalan dengan tinjauan dari ilmu biologi untuk menjelaskan hubungan di antara hasil (variabel respon) dengan variabel-variabel bebas (variabel penjelas).

Regresi logistic biner merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel respon (y) yang bersifat biner atau dikotomus dengan variabel predictor (x) yang bersifat polikotomus. Keluaran dari variabel respon y terdiri dari 2 kategori yang biasanya dinotasikan dengan y =1 (sukses) dan y=0 (gagal). Suatu fungsi dari $\pi(x)$ dicari dengan menggunakan transformasi logit, yaitu $g(x)$ yang dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$g(x) = \ln \ln \frac{[\pi(x)]}{[1 - \pi(x)]} = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_3 x_3$$

Pengujian terhadap parameter-parameter model dilakukan baik secara simultan maupun secara parsial. Pengujian parameter model secara simultan menggunakan uji nisbah kemungkinan (*Likelihood Ratio Tesis*), dengan hipotesis (Hosmer dan Lemeshow, 2000). Regresi logistic adalah suatu model pendekatan matematika yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara beberapa variabel penjelas dengan suatu variabel dikotomi. Variabel dikotomi mempunyai dua kemungkinan yang biasanya dinyatakan dengan 0 (gagal) dan 1 (sukses).

Persamaan tersebut dapat digunakan untuk menghitung peluang responden yang memiliki nilai variabel yang sudah ditetapkan dalam persamaan, hasil akhir nilai p tentunya akan berkisar antara 0 – 1.

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dicantumkan yaitu terkait dengan perilaku konsumen dengan objek ikan asin yang menggunakan alat analisis sejenis dan Tugas akhir yang dilaksanakan serta sebagai dasar penentuan kerangka pemikir “Analisis Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Ikan Asin di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung” yang dapat dilihat pada Gambar 3. Persamaan Tugas akhir ini dengan hasil penelitian terdahulu hanya dijadikan sebagai referensi tugas akhir. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No (1)	Judul/Penulis/Tahun (2)	Tujuan & Metode Analisis (3)	Hasil Penelitian (4)	Perbedaan (5)
1	Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membuat Keputusan Ikan Asin di Desa Cibunar Kecamatan Parungpanjang, Kab. Bogor (Abdul, 2006)	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian ikan asin dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan asin. Data responden yang dikumpulkan berjumlah 100 responden dengan pengambilan data menggunakan metode analisis deskriptif dan perhitungan Chi-kuadrat	Hasil penelitian memperlihatkan Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ikan asin di Desa Cibunar, Kecamatan Parungpanjang, Kabupaten Bogor adalah Pengaruh lingkungan diantaranya pengaruh keluarga dan pengaruh teman. Perbedaan individu diantaranya adalah pendapatan, motivasi dan pendidikan.	Penelitian ini bertujuan mengetahui proses pengambilan keputusan ikan asin menggunakan analisis data perhitungan Chi-kuadrat dengan jumlah responden berjumlah 100 responden.
2.	Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Ikan di Sumba Barat Data, Nusa Tenggara Timur (Luhur dkk, 2020).	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang menjadi penentu keputusan pembelian ikan dengan menggunakan metode analisis regresi logistik dan jumlah responden berjumlah 60 responden.	Hasil penelitian memperlihatkan Faktor yang menjadi peubah penjelas terdiri atas umur, pendidikan, jumlah anggota keluarga, jenis ikan, harga, dan pengeluaran, sedangkan variabel tidak bebas adalah keputusan pembelian ikan.	Penelitian ini menganalisis faktor faktor apa saja yang menjadi penentu keputusan pembelian ikan dengan menggunakan metode analisis regresi logistik dan jumlah responden berjumlah 60 responden.

Tabel 2. Lanjutan

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ikan Olahan di Warung Ikan Bakar Seafood Ganteng Besar (Chanifah, 2016).	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, Instrumen Penelitian yang digunakan adalah angket dan dianalisis dengan regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	Penelitian ini menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, Instrumen Penelitian yang digunakan adalah angket dan dianalisis dengan regresi linier berganda.
4	Pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap evaluasi pembelian ikan asin produksi perusahaan Mino Arto di Cilacap (Sri, 2005)	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor apakah yang mempunyai pengaruh paling signifikan terhadap evaluasi keputusan pembelian di Perusahaan Ikan Asin Mino Arto Cilacap. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji determinasi.	Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien product moment pearson setiap variabel evaluasi pembelian adalah lebih kecil dibandingkan probabilitas 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan adalah valid. sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan adalah valid. Faktor produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang paling besar adalah faktor harga	Penelitian ini menganalisis faktor apakah yang mempunyai pengaruh paling signifikan terhadap evaluasi keputusan pembelian di Perusahaan Ikan Asin Mino Arto Cilacap. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji determinasi

Tabel 2. Lanjutan

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional di Kota Surakarta (Destiana, 2009).	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli kakap merah di pasar tradisional Kota Surakarta dan mengkaji variabel-variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli ikan asin di pasar tradisional Kota Surakarta. Metode dasar yang digunakan dalam Tugas akhir ini adalah metode deskriptif dan Analisis faktor	Hasil penelitian memperlihatkan Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan asin di pasar tradisional Kota Surakarta	Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli kakap merah di pasar tradisional Kota Surakarta dan mengkaji variabel-variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli ikan asin di pasar tradisional Kota Surakarta. Metode dasar yang digunakan dalam Tugas akhir ini adalah metode deskriptif dan Analisis faktor.