

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN IKAN DI PANGKALAN PENDARATAN IKAN KOTA KENDARI

Analysis of Factors Affecting The Consumer Decision Buy Fish in Fish Base Landing in Fish Kendari City

Muhammad Ramlan Ufat¹, Sarini Yusuf², dan Nurdiana A²

1) Mahasiswa Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

2) Dosen Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

e-mail: *Fatmuhammad16@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap setiap variabel dan variabel yang dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan Kota Kendari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampel 38 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil tanggapan konsumen terhadap setiap variabel yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari berada dalam kategori tinggi. Hasil koefisien determinasi adalah 0,860, berarti 86% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel harga, selera, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen, sedangkan 14% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel selera, hal tersebut berdasarkan hasil uji t dimana nilai Beta untuk selera paling besar yaitu sebesar 0,387.

Kata Kunci: Analisis faktor, keputusan pembelian ikan, pangkalan pendaratan ikan

ABSTRACT

This study aims to determine how consumer responses to each variable and the dominant variable influencing consumer purchasing decisions of fish in the Fish Landing Base Kendari. The sampling technique used is nonprobability sampling with a sample of 38 respondents. The analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis, coefficient of determination, F test and t test. Results of consumer responses to each of the variables that influence consumer purchasing decisions PPI fish in Kendari are in the high category. The coefficient of determination is 0.860, meaning 86% of purchasing decisions can be explained by the variation of the variable price, taste, quality fish, and consumer income, while 14% is explained by other variables not included in this study. F test results showed independent variable price, taste, quality of the fish and the consumer's income is jointly significant effect on the dependent variable purchase decision. T test results showed that the independent variable price, taste, quality of the fish and the consumer's income is partially significant effect on the dependent variable purchase decision. While the dominant variable influencing purchasing decisions is variable tastes, it is based on t test results in which the value of Beta for most tastes that is equal to 0.387.

Keywords: Factor analysis, purchase decision of fish, fish landing base

PENDAHULUAN

Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh

manusia karena banyak mengandung protein hewani. Jenis ikan yang sering dikonsumsi beranekaragam jenisnya. Jenis ikan yang dipasarkan dapat di-

golongkan 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. Beberapa jenis ikan yang sekarang ini ada di pasaran adalah ikan bandeng, kakap, gurame, nila, layang, cakalang, dan berbagai jenis ikan lainnya yang masih dalam bentuk segar. Angka konsumsi ikan di Indonesia mengalami peningkatan yaitu pada Tahun 2006 sebesar 26,00 kg/kapita/tahun, Tahun 2007 sebesar 28,00 kg/kapita/tahun, dan Tahun 2009 sebesar 30,17 kg/kapita/tahun (KKP, 2009).

Kesadaran masyarakat akan konsumsi ikan meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini merupakan pertanda baik khususnya untuk masyarakat karena mereka telah peduli dengan kesehatan terkait dengan nilai-nilai gizi dari apa yang telah mereka konsumsi. Untuk memenuhi kebutuhan gizi tersebut kebanyakan masyarakat memilih ikan sebagai menu di makanannya.

Sektor kelautan dan perikanan masih menjadi tumpuan dan harapan dalam rangka memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi dan pemenuhan kebutuhan pangan Kota Kendari. Secara geografis perairannya berhadapan langsung dan relatif dekat dengan Laut Banda yang kaya dengan sumber daya alam kelautan dan perikanan (DKP, 2013).

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kota Kendari merupakan salah satu pelabuhan perikanan tipe D yang mempunyai potensi produksi dan pemasaran hasil tangkapan yang cukup besar dan strategis di Kota Kendari. PPI Kota Kendari juga memiliki potensi pemasaran yang cukup baik, dilihat dari letak

yang sangat strategis, terletak di Kota Kendari dengan jumlah penduduk yang banyak, aksesibilitas ke tempat ini sangat baik, kondisi jalan beraspal, sarana transportasi yang mudah, memasarkan ikan hasil tangkapan dalam bentuk segar dengan harga yang terjangkau melalui transaksi dan proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli secara langsung sehingga menjadikan PPI Kota Kendari sebagai tempat membeli ikan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani bagi masyarakat Kota Kendari sehari-hari.

PPI Kota Kendari setiap harinya ramai dikunjungi oleh konsumen yang akan membeli ikan sehingga menciptakan persaingan pasar yang ketat. Melihat banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan produk yang akan dibelinya, sehingga membuat produsen dalam memasarkan produknya selalu berorientasi pada keinginan konsumen. Begitu pula dalam usaha pemenuhan ikan bagi masyarakat Kota Kendari, produsen tidak hanya dituntut untuk menyajikan produk sesuai dengan standar mutunya, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memasarkannya dengan strategi pemasaran yang baik tujuannya agar tetap mendapat kepercayaan dari konsumen untuk membeli ikan yang ditawarkan. Untuk mendapatkan respon yang baik dan memberikan kepuasan kepada konsumen, penting bagi produsen untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen ikan di PPI Kota Kendari dalam keputusan pembeliannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tanggapan konsumen terhadap setiap variabel yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari dan mengetahui variabel yang dominan mempengaruhi konsumen

dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Sodohoa Kota Kendari pada bulan April hingga bulan Juni 2016. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, karena PPI Sodohoa merupakan tempat pendaratan ikan yang terdapat di Kota Kendari.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang akan membeli ikan di PPI Kota Kendari berjumlah 38 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yakni teknik ini memberikan kebebasan kepada peneliti untuk menentukan anggota populasi yang masuk kedalam sampel.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Seluruh data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yang meliputi:

1. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden. Media yang digunakan peneliti dalam mengambil data primer ini adalah kuisisioner (daftar pertanyaan).
2. Observasi, teknik ini untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara yaitu dengan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti (konsumen ikan).
3. Literatur dan kepustakaan, bertujuan untuk dapat menganalisa secara teoritis terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan penulisan dengan membaca skripsi, studi kepustakaan dilakukan dengan mem-

baca berbagai *text book*, jurnal pemasaran, artikel yang relevan, sumber-sumber lain guna memperoleh data sekunder.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan rumus menurut Ghazali (2009) yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e..(1)$$

Dimana:

- Y = Keputusan pembelian
- X₁ = Harga
- X₂ = Selera
- X₃ = Kualitas ikan

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Uji signifikansi simultan (uji F), menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009). Uji signifikansi pengaruh parsial (uji t), menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Selanjutnya analisis angka indeks, dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

- X₄ = Pendapatan konsumen
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = Standart error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan statistik dalam analisis linear berganda yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for Windows versi 16.0.

a. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan uji R^2 yang ditampilkan dalam Tabel 1 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,860. Hal ini berarti 86% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel harga, selera, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen, sedangkan 14% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Tabel 1 Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.936 ^a	.875	.860	.424	1.532

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

1. Uji F

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS yang diringkas pada Tabel 2, diperoleh $F_{hitung} = 58,001$ dengan tingkat probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih

kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan secara signifikan oleh harga, selera, kualitas ikan, dan pendapatan konsumen.

Tabel 2 Hasil uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.769	4	10.442	58.001	.000 ^a
	Residual	5.941	33	.180		
	Total	47.711	37			

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

Hipotesis:

H_0 = Variabel bebas (*independen*) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*)

H_1 = Variabel bebas (*independen*) berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*)

persamaan regresi adalah sebagai berikut:

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

$$= -5,340 + 0,167 X_1 + 0,490 X_2 + 0,353 X_3 + 0,404 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta (a) = -5,340

artinya bahwa jika variabel harga, selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen diasumsikan tetap = 0

2. Uji t

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil dalam bentuk

maka besarnya keputusan pembelian menurun sebesar $-5,340$.

- b. Koefisien regresi variabel harga (X_1) = $0,167$

Jika variabel harga mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel selera, kualitas ikan dan pendapatan konsumen diasumsikan tetap = 0, maka besarnya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar $0,167$ satuan.

- c. Koefisien regresi variabel selera (X_2) = $0,490$

Jika variabel selera mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel harga, kualitas ikan dan pendapatan konsumen diasumsikan tetap = 0, maka besarnya pengaruh variabel selera terhadap keputusan pembelian sebesar $0,490$ satuan.

- d. Koefisien regresi variabel kualitas ikan (X_3) = $0,353$

Jika variabel kualitas ikan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel harga, selera dan pendapatan konsumen diasumsikan tetap = 0, maka besarnya pengaruh variabel kualitas ikan terhadap keputusan pembelian sebesar $0,353$ satuan.

- e. Koefisien regresi variabel pendapatan konsumen (X_4) = $0,404$

Jika variabel pendapatan konsumen mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel harga, selera dan kualitas ikan diasumsikan tetap = 0, maka besarnya pengaruh variabel pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar $0,404$ satuan.

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada Tabel 3 yaitu

sebesar $0,041$ dengan batas signifikansi $0,05$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $0,05$ dengan arah koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik harga atau kesesuaian harga dengan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Harga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Jika harganya rendah maka permintaan ikan yang ditawarkan meningkat. Sebaliknya, jika harga ikan tinggi maka permintaan terhadap ikan semakin rendah.

Melihat kemampuan konsumen dalam membeli produk maka dapat menentukan kebijakan harga yang sesuai dengan pendapatan konsumen. Jika harga ikan yang di tawarkan di PPI Kota Kendari tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka keputusan pembeliannya akan dijatuhkan pada ikan yang ditawarkan tersebut. Konsumen memutuskan membeli produk dalam hal ini ikan apabila manfaat yang dirasakan dengan memiliki produk tersebut lebih besar atau sama dengan pengorbanan yang telah dilakukannya. Penentuan tingkatan harga yang sesuai atau dapat dijangkau oleh konsumen juga perlu mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas ikan tersebut sehingga meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Swastha & Irawan (2008) yang menyatakan harga merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan, karena harga akan langsung mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen dan laba yang akan dicapai oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tanggapan konsumen pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel harga dalam Tabel 4 diketahui bahwa

harga ikan yang dijual di PPI Kota Kendari harganya murah dan relatif terjangkau oleh konsumen, harga ikan yang dijual sudah sesuai dengan ukuran dan kualitasnya. Sehingga diperoleh nilai rata-rata skor angka indeks variabel harga sebesar 32,13 yang berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen dapat merasakan manfaat dari harga ikan di PPI Kota Kendari, dengan demikian akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut.

b. Pengaruh Selera Terhadap Keputusan Pembelian

Selera secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada Tabel 3 yaitu sebesar 0,000 dengan batas signifikansi 0,05. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif menunjukkan bahwa apabila suatu produk yang ditawarkan dalam hal ini ikan sesuai dengan selera konsumen maka keputusan konsumen untuk membeli semakin besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Nuraini (2005) yang menyatakan bahwa selera masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang atau jasa. Selera secara teoritik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan selera mencakup beberapa aspek yaitu kesan konsumen dalam pembelian, nilai guna produk, daya tahan produk, bentuk dari setiap produk, dan tampilan dari disain produk.

Selera konsumen pada umumnya berubah-ubah dari waktu ke waktu. Meningkatnya selera konsumen terhadap ikan yang ditawarkan di PPI Kota Kendari pada umumnya berakibat

naiknya jumlah permintaan terhadap ikan yang akan dibeli oleh konsumen, begitu pula sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap ikan yang ditawarkan di PPI Kota Kendari pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap ikan yang akan dibeli oleh konsumen itu sendiri. Sehingga perlu penentuan kebijakan yang dilakukan oleh produsen dalam hal ini para stakeholder PPI dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan selera konsumen.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tanggapan konsumen pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel selera dalam Tabel 4 diketahui bahwa ikan di PPI Kota Kendari sesuai dengan kebutuhan yang konsumen inginkan, dan konsumen merasa senang dan puas terhadap ikan yang dijual di PPI Kota Kendari. Sehingga diperoleh nilai rata-rata skor angka indeks variabel selera sebesar 30,33 yang berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum ikan yang dijual di PPI Kota Kendari sesuai dengan selera konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Ikan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas ikan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada Tabel 3 yaitu sebesar 0,015 dengan batas signifikansi 0,05. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas ikan yang ditawarkan kepada konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Kotler & Armstrong (2010) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk

yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, maka produsen ikan di PPI Kota Kendari perlu terus meningkatkan kualitas ikan yang dihasilkan. Dengan terpenuhinya harapan akan mendapatkan kualitas ikan yang baik sebagaimana yang diinginkan, maka konsumen mendapatkan pengalaman positif atas pembelian produk tersebut serta lokasi dimana ia membeli produk tersebut. Pengalaman positif tersebut memberikan pada satu kesimpulan bahwa PPI Kota Kendari telah memberikan kualitas ikan sebagaimana yang diharapkan dan diinginkan konsumen, sehingga pada akhirnya jika konsumen membutuhkan kualitas ikan yang sama maka PPI Kota Kendari akan menjadi referensi utama.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tanggapan konsumen pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel kualitas ikan dalam Tabel 4 diketahui bahwa ikan yang dijual di PPI Kota Kendari memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan tempat penjualan ikan lainnya diukur dari bentuk, ukuran dan jenisnya. PPI Kota Kendari menawarkan berbagai macam jenis ikan dengan variasi ukuran yang berbeda-beda yang masih dalam keadaan higienis/bersih dan segar, sehingga konsumen dapat memilih ikan sesuai dengan apa yang diinginkan. Sehingga diperoleh nilai rata-rata skor angka indeks variabel kualitas ikan sebesar 31,66 yang berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen dapat merasakan manfaat dari kualitas ikan di PPI Kota Kendari.

d. Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada Tabel 3 yaitu sebesar 0,000 dengan batas signifikansi 0,05. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik pendapatan konsumen akan mempengaruhi jumlah dan permintaan konsumsi ikan sehingga akan meningkatkan keinginan konsumen untuk memutuskan membeli. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Lukman (2007) yang menyatakan bahwa bila terjadi kenaikan pendapatan maka akan mengakibatkan penurunan permintaan terhadap barang inferior. Sedangkan untuk barang normal, bila pendapatan bertambah maka permintaan terhadap barang tersebut juga bertambah. Adanya peningkatan pendapatan konsumen maka pemenuhan hidup akan beragam sehingga kemampuan konsumen tersebut untuk membeli ikan meningkat baik dari segi jenis dan jumlah ikan yang hendak dibeli.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tanggapan konsumen pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel pendapatan konsumen dalam Tabel 4 diketahui bahwa konsumen sudah mantap memutuskan membeli ikan di PPI Kota Kendari dan akan datang lagi membeli ikan di PPI Kota Kendari karena merasa puas terhadap ikan-ikan yang dijual. Sehingga diperoleh nilai rata-rata skor angka indeks variabel pendapatan konsumen sebesar 29,86 yang berada dalam kategori tinggi.

e. Variabel yang Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel selera, hal ini dapat dilihat dari

hasil uji t pada Tabel 3 dimana nilai Beta untuk selera paling besar yaitu sebesar 0,387 kemudian diikuti oleh pendapatan konsumen sebesar 0,339, kualitas ikan sebesar 0,237, dan yang paling rendah adalah variabel harga sebesar 0,164.

Tabel 3 Hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-5.340	1.200		-4.449	.000
Harga	.167	.078	.164	2.129	.041
Selera	.490	.123	.387	3.972	.000
Kualitas ikan	.353	.138	.237	2.560	.015
Pendapatan konsumen	.404	.103	.339	3.901	.000

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

Tabel 4 Hasil analisis angka indeks

No	Variabel	Rata-Rata Indeks	Keterangan
1	Harga	32,13	Tinggi
2	Selera	30,33	Tinggi
3	Kualitas Ikan	31,66	Tinggi
4	Pendapatan Konsumen	30,53	Tinggi

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

SIMPULAN

Simpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap setiap variabel yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari berada dalam kategori tinggi.
2. Variabel yang dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ikan di PPI Kota Kendari adalah selera.

DAFTAR PUSTAKA

Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Kendari. 2013. *Profil Pangkalan*

Pendaratan Ikan Sodoha Kota Kendari. DKP Kota Kendari.

Ghozali I. 2006. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

_____. 2009. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2009. Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan. Jakarta. Biro Hukum dan Organisasi. KKP.

Kotler P & Amstrong G. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Erlangga. Jakarta.

- Lukman. 2007. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. UIN Jakarta Press. Jakarta.
- Lutfiadi R & Ferdian. 2013. Analisis Perilaku Konsumen dalam Proses Pembelian Ikan Hias Air Laut di Bunaken Aquarium Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 4(2).
- Nuraini I. 2005. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Swastha B & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.