

PENGUJIAN BEBERAPA VARIABEL YANG MENENTUKAN KESUKAAN KONSUMEN MEMBELI BANDENG PRESTO (*Chanos Chanos Fork*) GRESIK

Matheus Nugroho *)

*) Tenaga Pengajar Universitas Yudharta Pasuruan

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto, dan menentukan pengaruh variabel yang dominan terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis model regresi linier berganda OLS (*Ordinary Least Squares*), hasil perhitungan dengan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto adalah kualitas produk sebesar 0,227, pelayanan -0,026, harga 0,144, promosi 0,090 dan distribusi sebesar 0,264. Pengaruh variabel yang paling dominan terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto adalah distribusi sebesar 0,264 (26,4%), dan peringkat berikutnya variabel kualitas produk 0,227 (22,7%).

Kata kunci: kepuasan pelanggan, distribusi, kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan

Abstract

The objective of this study to analyze how much influence the variable product quality, service, price, promotion and distribution of consumer preferences in the purchase of products milkfish presto, and determine the dominant influence of variables on consumer preferences in buying products milkfish presto. In this study using the method of analysis of the multiple regression model linear OLS (Ordinary Least Squares), calculated with SPSS program. The analysis showed that the magnitude of the effect of variables on consumer preferences in buying milkfish presto products are quality products at 0.227, -0.026 service rates, 0.144, 0.090 promotion and distribution of 0.264. The most dominant variable influence on consumer preferences in buying products milkfish Presto is a distribution of 0.264 (26.4%), and the next rank variable product quality 0.227 (22.7%).

Key words: customer satisfaction, distribution, product quality, price, promotion and service

Salah satu produk perikanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah ikan bandeng. Ikan bandeng merupakan suatu komoditas perikanan yang memiliki rasa cukup enak dan gurih sehingga banyak digemari masyarakat. Selain itu, harganya juga terjangkau oleh segala lapisan masyarakat. Ikan bandeng digolongkan sebagai ikan berprotein tinggi dan berkadar lemak rendah. Pada umumnya ikan bandeng diolah secara tradisional antara lain dengan cara pengasapan, penggaraman, pemindangan dan presto (Susanto, 2010).

Bandeng Presto merupakan makanan yang cukup populer

dewasa ini, sehingga sudah dapat ditemui dan cukup laku dijual di pasar-pasar tradisional sampai dengan pasar swalayan. Bandeng Presto dibuat dari bandeng segar utuh, yang diolah dengan cara dibuang isi perut dan insangnya terlebih dahulu, dicuci larutan garam 3%, direndam larutan bumbu atau larutan garam secukupnya, ditiris, dibungkus daun pisang satu per satu dan selanjutnya dimasak (dikukus) didalam panci bertekanan tinggi (*press cooker*) selama satu jam. Hasil pemasakan yang telah dingin dapat dikemas untuk dipasarkan lebih lanjut atau langsung digoreng setelah disalut

adonan putih telur/tepung untuk disajikan (siap disantap) sebagai lauk atau makanan camilan (Co Fish Project, 2004).

Pada tahun 2000 tambak Jawa Timur tercatat seluas 53423 ha atau 15% dari luas tambak di tanah air (BPS, 2002). Pusat tambak di Jawa Timur terletak di Kabupaten Gresik dengan luas 38,44% (20535,80 ha) dari luas tambak Jawa Timur, dimana lebih dari 60% (12321,4 ha) tambak adalah tambak bandeng (BPS Propinsi Jawa Timur, 2003).

Selama sepuluh tahun terakhir (1990-2003) pertumbuhan luas tambak maupun produksinya memiliki *trend* yang positif. Dari tahun 1990-2000 luas tambak

tumbuh 2,97% rata-rata per tahun sedangkan pertumbuhan produksi tambak 3,16%. Sementara itu produktivitas tambak berfluktuasi dari tahun ke tahun tetapi berkisar pada angka 700-800 kg/ha per musim, dengan harga Rp.10125,-/kg. Luas dan produksi tambak tahun 1990-2003 dapat dilihat pada Tabel 1. Sementara untuk produksi ikan bandeng Kabupaten Gresik untuk periode tahun 2004-2005 tersaji pada Tabel 2. dimana untuk ikan bandeng dari tambak air tawar terjadi peningkatan perproduksi 13,5% (naik 858,15 ton), untuk ikan bandeng dari tambak air payau terjadi penurunan hasil sebesar 1,35% (220,32 ton).

Tabel 1. Luas Tambak Bersih dan Produksi, 1990-2003

Tahun	Luas (Ha)	Produksi (Ton)
1993	432.156	355
1994	469.839	346
1995	486.611	361
1996	492.879	404
1997	500.468	370
1998	499.818	354
1999	523.818	413
2000	551.778	430
2001	n.a	455
2002	n.a	472

Sumber : DKP Gresik (2002)

Tabel 2. Data Produksi Ikan Bandeng (Hasil Penangkapan di Tambak)
Kabupaten Gresik

No.	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Ton)		Nilai (Rp. 000,-)	
		Tahun 2004	Tahun 2005	Tahun 2004	Tahun 2005
1	Tambak Tawar Bandeng	6.346,3	7.204,45	50.770.400	57.635.600
2	Tambak Payau Bandeng	16.219,6	15.999,28	113.537.200	111.994.960

Sumber: BPS Kabupaten Gresik (2006).

Aspek pemasaran yang mendukung berkembangnya budidaya bandeng tambak adalah kondisi dimana belum pernah terjadi petambak harus menjual bandeng dengan harga yang begitu murah, sehingga menyebabkan kebangkrutan. Aspek konsumsi bandeng adalah sumber protein yang tidak mengandung kolesterol. Beberapa produk olahan bandeng seperti bandeng presto, bandeng asap, otak-otak adalah produk bandeng yang mudah didapat dan dijumpai di supermarket (lihat Tabel 3.).

Bandeng dikonsumsi oleh seluruh golongan masyarakat baik di pedesaan maupun di perkotaan

(Tabel 4.). Konsumsi bandeng penduduk pedesaan lebih rendah dari pada penduduk perkotaan dengan perbandingan 0,884 kg/kapita/tahun dan 1,664 kg/kapita/tahun. Hal ini terkait dengan ketersediaan bandeng di daerah perkotaan yang cukup memadai. Daerah produksi bandeng umumnya berada di pantai yang relatif dekat dengan daerah perkotaan sehingga bandeng tersedia dalam jumlah yang cukup. Sementara itu untuk wilayah pedesaan yang jauh dari daerah produksi relatif sulit ditemukan bandeng karena pemasaran bandeng yang masih dalam bentuk segar sangat rawan akan kerusakan.

Tabel 3. Kandungan Protein, Omega-3 dan Lemak per 100 gram Ikan

Jenis Ikan	Protein (gram)	Jenis Ikan	Omega-3 (gram)	Jenis Ikan	Total Lemak (gram)
Bandeng	20	Tuna	2,1	Bawal	9,5
Ikan mas	16	Sarden	1,2	Kembung	11,5
Kembung	22	Salmon	1,6	Tenggiri	13,9
Sarden	21	Makerel	1,9	Nilam	8,2
Pindang	28	Hering	1,2	Teri	4,8
Gabus kering	58	Teri	1,4	Tongkol	4,9
Ikan asin	42	Tongkol	1,5	Emas	5,6
Teri kering	33	Tenggiri	2,6		
		Tawes	1,5		

Sumber: Khomsan (2004).

Tabel 4. Konsumsi Bandeng Per Kapita per Tahun Berdasar Wilayah Tempat Tinggal

Golongan Pendapatan (Rp 000/bulan)	Perkotaan	Pedesaan
< 40	-	-
40 -50	-	-
60- 79	-	0,052
80 - 99	0,624	0,208
100 - 149	0,624	0,624
150 - 199	1,196	1,092
200 -299	1,404	1,612
300 -499	2,600	1,716
>500	3,016	1,404
Rata-rata	1,664	0,884

Sumber : DKP Grseik (2003)

Makin tinggi pendapatan masyarakat makin tinggi pula tingkat konsumsi akan ikan bandeng. Berdasarkan data tahun 2003 konsumsi protein hewani baru mencapai 11,76 gram/kapita/hari sementara standar yang dianjurkan adalah 15 gram per kapita per hari.

Berdasarkan Tabel 5. dapat dijelaskan bahwa konsumsi bandeng per kapita per tahun untuk tahun 1996 adalah 0,676 kg, tahun 1999 adalah 0,52 kg dan tahun 2003 adalah 1,664 kg. Berdasarkan data-data tersebut maka secara umum dapat dihitung asumsi permintaan akan bandeng adalah sebagai berikut :

- 1) Tahun 1994-1997 adalah periode sebelum krisis maka tingkat konsumsinya dianggap mengikuti pola konsumsi tahun 1996, artinya kondisi yang stabil selama tahun 1994-1997.
- 2) Tahun 1998 - 2000 adalah periode krisis sehingga tingkat konsumsi diasumsikan sama dengan tahun krisis yakni konsumsi tahun 1999.
- 3) Tahun 2001 - 2003 merupakan periode pemulihan, oleh karena itu konsumsi tahun ini diasumsikan sama dengan tingkat konsumsi tahun 2003.

Berdasar asumsi diatas maka perkiraan permintaan bandeng

tahun 1994-2003 dapat mencapai 6,33% rata-rata per tahun. Pertumbuhan tersebut dapat dikatakan cukup tinggi. Volume penjualan terjadi peningkatan, dan kondisi tersebut masih dapat ditingkatkan, jika permintaan pasar terus meningkat. Namun demikian yang terjadi saat ini adalah belum tercapainya keseimbangan antara jumlah permintaan pasar dengan produktivitas hasil tambak bandeng, kondisi seperti ini merupakan peluang usaha yang harus segera ditangkap. Kemampuan *supply* sangat terbatas (ketersediaan bandeng tidak stabil dari tahun ke tahun lihat Tabel 5.), sehingga strategi dan kebijakan sebagai sarana untuk mencapai sasaran usaha belum dapat dilaksanakan sepenuhnya, sehingga pengembangan pasar dengan konsumen barupun belum dapat dilakukan. Padahal seharusnya pada kondisi seperti ini, *market modification* merupakan strategi yang tepat untuk dijalankan oleh pembudidaya ikan bandeng ataupun produsen bandeng presto.

Tabel 5. Permintaan Bandeng Nasional, 1994-2003

Tahun	Penduduk (000)	Konsumsi (Kg/kap)	Permintaan (ton)
1994	192.216	0,676	129.938
1995	195.283	0,676	132.011
1996	198.342	0,676	134.079
1997	201.020	0,676	135.889
1998	203.735	0,520	105.942
1999	204.784	0,520	106.487
2000	205.843	1,196	246.188
2001	208.621	1,196	249.510
2002	212.003	1,196	253.555
2003	204.783	1,196	244.920

Sumber: DKP Gresik (2003)

Produsen dalam menghasilkan bandeng presto, otak-otak dan bandeng asap sesuai keinginan pelanggan, maka sejak awal produsen olahan ikan bandeng harus memberikan perhatian lebih mengenai mutu (aman, sehat, cita rasa dsb) bandeng olahan yang dihasilkan. Usaha-usaha mengenai perbaikan kualitas tidak hanya dilakukan saat ada keluhan dari pembeli, namun perbaikan tersebut dilakukan secara terus menerus sesuai dengan harapan dan keinginan sebagian besar pelanggan.

Pada penelitian ini akan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi terhadap kesukaan

konsumen dalam membeli produk bandeng presto, dan menentukan pengaruh variabel yang dominan terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto, sehingga dari ketentuan tersebut dapat dibuat saran untuk mendapatkan solusi yang paling tepat dalam menentukan sebuah kebijakan pemasaran bagi produsen produk olahan bandeng, yang pada masa-masa mendatang dapat diterapkan demi pengembangan usaha.

Metode Penelitian

Berdasarkan data-data penjualan ikan bandeng kabupaten Gresik tahun 2004-2005 Tabel 2., menunjukkan volume penjualan relatif menurun, maka perlu diteliti

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesukaan konsumen untuk membeli produk bandeng presto. Penelitian ini dibatasi ruang lingkupnya pada perilaku kesukaan konsumen pada produk bandeng presto Gresik, dimana beberapa industri rumah tangga pembuat bandeng presto, otak-otak dan bandeng asap menghasilkan dan

memperdagangkan hasil olahan ikan bandeng tersebut.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat (Y) kesukaan konsumen membeli produk bandeng presto dan variabel bebas yang terdiri dari lima variabel yaitu: (1) kualitas produk = X1, (2) pelayanan = X2, (3) harga = X3, (4) promosi = X4, (5) distribusi = X5.

Tabel 6. Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1	Kualitas produk (X1)	X ₁₁ Rasa dan aroma produk X ₁₂ Warna olahan ikan bandeng X ₁₃ Daya awet	- Rasa dan aroma sesuai standar penerimaan konsumen - Warna kuning kecoklatan (hasil pemanasan) - Lama awet ikan sesuai standar penerimaan konsumen
2	Pelayanan (X2)	X ₂₁ Pelayanan pra pembelian X ₂₂ Pelayanan purna pembelian X ₂₃ Pelayanan tambahan	- Informasi kualitas, harga dan delivery order - Pengembalian produk yang tidak memenuhi, syarat & penggantian - Informasi pembayaran
3	Harga (X3)	X ₃₁ Harga produk X ₃₂ Potongan harga X ₃₃ Syarat pembayaran	- Harga produk sesuai harga pasar - Ada potongan harga - Syarat potongan harga - Pembayaran dimuka - Pembayaran selesai
4	Promosi (X4)	X ₄₁ Pameran X ₄₂ Peragaan/demo X ₄₃ <i>Personal selling</i>	- Pameran yang pernah di dengar konsumen - Peragaan cara pembuatan - Informasi produk dari salesman
5	Distribusi (X5)	X ₅₁ Ketersediaan produk X ₅₂ Ketepatan waktu X ₅₃ Penyebaran macamnya produk	- Produk yang tersedia atau dari produsen lain - Penyerahan barang tepat waktu - Penyebaran produk di berbagai wilayah

Data penelitian meliputi dua jenis yaitu data primer dan sekunder, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan konsumen dan produsen produk bandeng presto di Gresik, yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dengan metode *purposive sampling*. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka literatur-literatur, jurnal, dan hasil penelitian pihak lain yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kesukaan konsumen membeli produk bandeng presto. Disamping itu juga dikumpulkan data dari instansi terkait dengan obyek penelitian, seperti dinas kelautan dan perikanan Kabupaten Gresik.

Populasi penelitian ini adalah konsumen/pembeli produk bandeng presto (bandeng presto, bandeng asap dan otak-otak) di Gresik. Saat dilakukan penelitian ini diambil 97 konsumen yang menjadi pelanggan atau pembeli produk tersebut. Nazir (1988), menyatakan bahwa tidak mungkin seorang peneliti dapat meneliti dan mengobservasi seluruh jumlah obyek yang diteliti sebagai populasi. Oleh karena itu, penelitian akan dilakukan pada sebagian populasi (sampel). Pengambilan sampel dilakukan

dengan cara acak (random sampling) berdasarkan rumusan penentuan sampel sebagai berikut:

$$N = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

d = Presisi yang ditetapkan

1 = Angka konstanta

Dengan presisi sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, sehingga dalam penelitian tersebut mempunyai ketepatan dan ketelitian standar kesalahan yang rendah. Nilai N (populasi) sebesar 97 konsumen/pembeli untuk menentukan jumlah responden dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{97}{97(0,05)^2 + 1} = 78 \text{ responden}$$

Data yang terkumpul, di analisis secara kualitatif, yaitu untuk menjelaskan hubungan antara data yang diperoleh dengan landasan teori. Model analisis yang digunakan adalah model regresi

linier berganda dengan menggunakan OLS (*Ordinary Least Squares*), dengan program SPSS sebagai dasar untuk menganalisis dan membuktikan hipotesis.

Hasil Penelitian

(1) Variabel Kesukaan Konsumen

Penilaian kesukaan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng didasarkan pada faktor-faktor yang terdiri dari 3 hal yaitu: (a) Pengenalan produk; (b) Sering tidaknya menggunakan produk dan (c) Minat membeli produk.

Berdasarkan penelitian terhadap 78 responden atau konsumen terhadap ketiga indikator tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Sebagian besar variabel memberikan tingkat kesukaan konsumen untuk membeli produk bandeng presto. Ini berarti bahwa faktor pengenalan produk, seringnya menggunakan produk dan minat untuk membeli secara keseluruhan dapat memenuhi harapannya.

Tabel 7. Faktor kesukaan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Sudah lama mengenal rasa kenikmatan olahan ikan bandeng	a. Sangat mengenal produk	8	10,26
		b. Cukup mengenal produk	45	57,69
		c. Kurang mengenal produk	22	28,21
		d. Tidak mengenal produk	3	3,84
2	Sudah sering mengkonsumsi produk olahan ikan bandeng	a. Sering mengkonsumsi	7	8,97
		b. Pernah mengkonsumsi	48	61,54
		c. Jarang mengkonsumsi	21	26,93
		d. Tidak pernah mengkonsumsi	2	2,56
3	Masih berminat/sering ketagihan untuk membeli olahan ikan bandeng	a. Sangat berminat membeli	14	17,95
		b. Cukup berminat membeli	56	71,79
		c. Kurang berminat membeli	8	10,26
		d. Tidak berminat membeli	0	0

Sumber data: data primer diolah (2010)

(2) Variabel atau Faktor Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan Tabel 8. tersebut menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap item yang terkandung dalam masing-masing indikator untuk variabel kualitas produk yaitu rasa dan aroma yang nikmat sesuai standar kesukaan konsumen, warna bandeng kuning-coklat mengkilap, dan lama daya simpan secara keseluruhan memberikan penilaian yang baik berkisar 53,85% atau sebanyak 42 responden untuk indikator pemenuhan kesukaan konsumen, 66,67%, dapat dijelaskan juga sebanyak 52 responden menyatakan

cukup sesuai kesukaan konsumen mengenai warna produk olahan ikan bandeng (65,385). Mengenai lama simpan produk sekitar 51 responden menyatakan cukup memenuhi harapan konsumen mengenai daya awet olahan ikan bandeng. Jadi tingginya frekuensi responden yang setuju terhadap indikator setiap variabel tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan, sebagian besar responden menyatakan bahwa kualitas produk yang baik adalah merupakan salah satu faktor konsumen membeli produk tersebut.

Tabel 8. Tanggapan konsumen terhadap kualitas produk olahan ikan bandeng

No.	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Rasa dan aroma produk olahan ikan bandeng sesuai standar kesukaan konsumen	a. Sangat sesuai kesukaan	29	37,18
		b. Cukup sesuai kesukaan	42	53,85
		c. Kurang sesuai kesukaan	7	8,97
		d. Tidak sesuai kesukaan	0	0
2	Warna produk olahan ikan bandeng kuning-coklat mengkilat (karamel)	e. Sangat sesuai kesukaan	15	19,23
		f. Cukup sesuai kesukaan	52	66,67
		g. Kurang sesuai kesukaan	11	14,10
		h. Tidak sesuai kesukaan	0	0
3	Daya awet produk olahan ikan bandeng	a. Sangat memenuhi	9	11,54
		b. Cukup memenuhi	51	65,38
		c. Kurang memenuhi	13	16,67
		d. Tidak memenuhi	5	6,41

Sumber data: data primer diolah (2010)

(3) Variabel atau Faktor Pelayanan (X2)

Berdasarkan Tabel 9. menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap item yang terkandung dalam masing-masing indikator untuk variabel/faktor pelayanan yaitu pemberian informasi kualitas produk, jumlah, harga dan ketepatan pengiriman, pelayanan pembelian produk yang tidak memenuhi syarat dan

menggantinya dengan yang memenuhi syarat, serta pemberian pelayanan tambahan seperti informasi cara pembayaran, secara keseluruhan penilaian responden yang baik adalah 47,43% atau sebanyak 37 responden untuk indikator pemberian informasi; 43,59% atau sebanyak 34 responden menyatakan cukup baik mengenai pelayanan pengembalian produk yang tidak memenuhi syarat

dan 53,85% atau sebanyak 42 responden menyatakan cukup baik terhadap pemberian pelayanan tambahan yang diberikan. Jadi tingginya frekuensi responden yang setuju terhadap indikator setiap variabel tersebut menunjukkan

bahwa secara keseluruhan, sebgaiian besar responden menyatakan pelayanan pedagang olahan ikan bandeng yang baik merupakan salah satu faktor konsumen membeli produk tersebut.

Tabel 9. Tanggapan konsumen terhadap faktor pelayanan pedagang

No.	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Diberikan informasi kualitas produk, jumlah, harga dan ketepatan pengiriman	a. Sangat memuaskan	19	24,36
		b. Cukup memuaskan	37	47,43
		c. Kurang memuaskan	22	28,21
		d. Tidak memuaskan	0	0
2	Pelayanan pengembalian produk yang tidak memenuhi syarat dan menggantinya	a. Sangat baik	32	41,03
		b. Cukup baik	34	43,59
		c. Kurang baik	9	11,54
		d. Tidak baik	3	3,84
3	Pedagang memberikan pelayanan tambahan seperti informasi cara pembayaran	e. Sangat baik	7	8,98
		f. Cukup baik	42	53,85
		g. Kurang baik	26	33,33
		h. Tidak baik	3	3,84

Sumber data: data primer diolah (2010)

(4) Variabel atau Faktor Harga (X3)

Berdasarkan Tabel 10. dapat dijelaskan bahwa penilaian responden terhadap item yang terkandung masing-masing indikator untuk variabel atau faktor harga yaitu harga produk olahan ikan bandeng masih sesuai dengan

pasar umumnya. Pemberian potongan harga dan syarat-syarat potongan harga, serta syarat pembayarannya relatif masih diterima oleh konsumen atau pembeli. Secara keseluruhan rata-rata memberikan penilaian yang baik yaitu 62,82% atau sebanyak 49

responden untuk indikator harga cukup sesuai pasaran, 75,64% atau sebanyak 59 responden menyatakan pedagang sering memberi potongan harga dan syarat-syarat potongan harga, dan 67,95% atau sebanyak 53 responden menyatakan syarat pembayaran cukup memenuhi syarat-syarat pembayaran saat ini. Jadi tingginya frekuensi responden yang setuju terhadap indikator

setiap variabel tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan, sebagian besar responden menyatakan harga yang ditetapkan oleh pedagang (produsen) olahan ikan bandeng umumnya masih sesuai dengan harapan konsumen yang merupakan salah satu faktor konsumen membeli produk tersebut.

Tabel 10. Tanggapan konsumen terhadap faktor harga produk olahan ikan bandeng

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Harga olahan ikan bandeng sesuai dengan harga pasar umumnya	a. Sangat sesuai harga pasar	18	23,08
		b. Cukup sesuai harga pasar	49	62,82
		c. Kurang sesuai harga pasar	10	12,82
		d. Tidak sesuai harga pasar	1	1,28
2	Pemberian potongan harga dan syarat-syarat potongan harga	a. Selalu memberi potongan	12	15,38
		b. Sering memberi potongan	59	75,64
		c. Jarang memberi potongan	7	8,98
		d. Tidak pernah memberi	0	0
3	Syarat pembayaran saat ini	a. Sangat memenuhi	15	19,23
		b. Cukup memenuhi	53	67,95
		c. Kurang memenuhi	9	11,54
		d. Tidak memenuhi	1	1,28

Sumber data: data primer diolah (2010)

(5) Variabel atau Faktor Promosi (X4)

Berdasarkan Tabel 11. menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap item yang terkandung masing-masing indikator untuk variabel atau faktor promosi, yaitu apakah promosi pedagang (produses) olahan ikan bandeng pernah dilakukan dan atau didengar konsumen, apakah produsen pernah melakukan kunjungan teknis pada pelanggan, dan pernah memberi pelatihan tentang fungsi dan manfaat produk tersebut sebagai sumber gizi. Namun dari Tabel 11. secara

keseluruhan rata-rata konsumen memberikan penilaian yang baik yaitu 62,82% atau sebanyak 49 responden untuk indikator pernah dilakukan kunjungan teknis pada pelanggan. 43,59% atau sebanyak 34 responden menyatakan promosi atau pameran kurang mudah didengar, sehingga pemberian pelatihan tentang manfaat dan fungsi produk masih kurang, sementara promosi yang pernah didengar hanya sebesar 28,21% atau sebanyak 22 responden menyatakan setuju.

Tabel 11. Tanggapan konsumen terhadap faktor promosi atau pameran produk

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Promosi atau pameran produk di wilayah Kab. Gresik yang pernah di dengar	a. Sangat mudah didengar	1	1,28
		b. Cukup mudah didengar	22	28,21
		c. Kurang mudah didengar	34	43,59
		d. Tidak pernah didengar	21	26,92
2	Pernah dilakukan kunjungan teknis ke pelanggan	a. Selalu dilakukan	5	6,41
		b. Sering dilakukan	49	62,82
		c. Jarang dilakukan	23	29,49
		d. Tidak pernah dilakukan	1	1,28
3	Pernah diberikan pelatihan tentang penggunaan produk dan pengamanannya	e. Selalu dilakukan	2	2,56
		f. Sering dilakukan	34	43,59
		g. Jarang dilakukan	30	38,47
		h. Tidak pernah dilakukan	12	15,38

Sumber data: data primer diolah (2010)

Jadi tingginya frekuensi responden yang setuju terhadap indikator setiap variabel tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan, sebagian besar responden menyatakan bahwa faktor promosi yang dilakukan oleh produsen atau pedagang olahan ikan bandeng membantu konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk tersebut.

(6) Variabel Distribusi

Berdasarkan Tabel 12. dijelaskan bahwa penilaian responden terhadap item yang terkandung dalam masing-masing indikator untuk variabel distribusi yaitu apakah produk selalu tersedia atau jika kurang dapat diambilkan dari perusahaan lain, responden yang menyatakan sangat mudah didapatkan sebesar 24,36% atau sebanyak 19 responden, yang menyatakan cukup mudah didapatkan sebesar 60,26% atau sebanyak 47 responden dan yang menyatakan kurang mudah didapatkan hanya sebesar 15,38% atau sebanyak 12 responden, sementara yang menyatakan tidak

mudah adalah nihil. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sebagian besar menginginkan produk bandeng presto selalu tersedia setiap saat pada waktu dibutuhkan, sehingga hal ini menjadi daya tarik untuk memutuskan membeli produk tersebut. Sementara indikator penyerahan barang yang selalu tepat waktu, responden menyatakan sangat tepat waktu sebesar 15,38% atau 12 responden, yang menyatakan cukup tepat waktu sebesar 58,97% atau sebanyak 46 responden dan yang menyatakan kurang tepat waktu hanya sebesar 25,65% atau sebanyak 20 responden, sementara yang menyatakan tidak tepat waktu adalah nihil. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sebagian besar menginginkan produk olahan ikan bandeng pada saat penyerahan barang selalu tepat waktu menjadi daya tarik untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Tabel 12. Tanggapan konsumen terhadap faktor distribusi produk

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Produk selalu tersedia atau jika kurang diambilkan dari perusahaan lain.	a. Sangat mudah didapatkan	19	24,36
		b. Cukup mudah didapatkan	47	60,26
		c. Kurang mudah didapatkan	12	15,38
		d. Tidak mudah didapatkan	0	0
2	Penyerahan barang selalu tepat waktu	a. Sangat tepat waktu	12	15,38
		b. Cukup tepat waktu	46	58,97
		c. Kurang tepat waktu	20	25,65
		d. Tidak tepat waktu	0	0
3	Penyebaran macamnya produk sudah merata di berbagai wilayah	a. Sangat merata	9	11,54
		b. Cukup merata	18	23,08
		c. Kurang merata	28	35,90
		d. Tidak merata	23	29,48

Sumber data: data primer diolah (2010)

Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sebagian besar menginginkan produk olahan ikan bandeng selalu tersedia setiap saat pada waktu dibutuhkan, sehingga hal ini menjadi daya tarik untuk memutuskan membeli produk tersebut. Sementara indikator penyerahan barang yang selalu tepat waktu, responden menyatakan sangat tepat waktu sebesar 15,38% atau 12 responden, yang menyatakan cukup tepat waktu sebesar 58,97% atau sebanyak 46

responden dan yang menyatakan kurang tepat waktu hanya sebesar 25,65% atau sebanyak 20 responden, sementara yang menyatakan tidak tepat waktu adalah nihil. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sebagian besar menginginkan produk olahan ikan bandeng pada saat penyerahan barang selalu tepat waktu menjadi daya tarik untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Regresi Linier Berganda

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan membeli produk bandeng presto menggunakan regresi linier berganda (multiple regression analysis). Hasil perhitungan, kemudian dimasukkan dalam persamaan diatas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,428 + 0,395X_1 + 0,0394X_2 + 0,218X_3 + 0,143X_4 + 0,315X_5$$

Dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Konstanta = 0,428, artinya bahwa bila variabel bebas (kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi) = 0, maka akan menimbulkan pengaruh pada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng sebesar 0,428.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X1) adalah 0,395, maka hal ini mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, dengan syarat variabel bebas

(pelayanan, harga, promosi dan distribusi) = konstan. Hal ini terjadi karena kualitas produk olahan ikan bandeng umumnya sudah dikenal di masyarakat luas, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan produk olahan ikan bandeng.

- 3) Koefisien regresi untuk variabel pelayanan (X2) adalah 0,039 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,039, maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, dengan syarat variabel bebas (kualitas produk, harga, promosi dan distribusi) = konstan. Hal ini terjadi karena pelayanan merupakan salah satu bentuk layanan jasa kepada pembeli, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng.
- 4) Koefisien regresi untuk variabel harga (X3) adalah 0,218 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,218 maka

- mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, dengan syarat variabel bebas (kualitas produk, pelayanan, promosi dan distribusi) = konstan. Hal ini terjadi karena harga yang ditetapkan cukup kompetitif dan sesuai dengan harga pasar pada umumnya, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa harga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng.
- 5) Koefisien regresi untuk variabel promosi (X4) adalah 0,143 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,143 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, dengan syarat variabel bebas (kualitas produk, harga, harga dan distribusi) = konstan. Hal ini terjadi karena faktor promosi merupakan faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa promosi atau pameran sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng.
- 6) Koefisien regresi untuk variabel distribusi (X5) adalah 0,315 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,315, maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng, dengan syarat variabel bebas (kualitas produk, pelayanan, harga, dan promosi) = konstan. Hal ini terjadi karena faktor distribusi merupakan faktor penting yang berhubungan dengan ketersediaan produk pada saat dibutuhkan yang dipertimbangkan konsumen, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan sangat mempengaruhi kesukaan konsumen untuk membeli produk olahan ikan bandeng.

Pembuktian Hipotesis

- (1) Uji Hipotesis Koefisien Regresi Linier Berganda Secara Bersama-sama (Uji F). Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen

membeli produk olahan ikan bandeng (Y) dengan menggunakan uji F dengan taraf keyakinan 95%, adapun kriteria pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai F_{sig} dengan nilai α . Jika nilai $F_{sig} \leq 0,05$ maka menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti bahwa variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi berpengaruh secara signifikan. Jika nilai $F_{sig} > 0,05$ maka menerima H_0 yang berarti variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil perhitungan uji F dalam penelitian tersebut disajikan pada Tabel 13.

Berdasarkan Tabel 13. diketahui bahwa nilai F_{sig} sebesar $0,018 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ berada pada daerah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti bahwa variabel-variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi berpengaruh secara signifikan. Untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen membeli produk olahan ikan bandeng (Y), dilakukan pengujian koefisiensi regresi secara bersama-sama (uji F) dengan cara sebagai berikut (Adiningsih, 1993:273):

$$N = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(N-K-1)}$$

dimana:

F = Koefisien F hitung

R^2 = Koefisien determinasi

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

Pada Tabel 13. dapat dilihat hasil perhitungan dengan Anova, yang menunjukkan bahwa besarnya nilai F_{hitung} adalah sebesar 2,927. Sementara bila dilakukan perhitungan secara manual dengan menggunakan rumus tersebut diatas ternyata menunjukkan hasil yang sama, yaitu F_{hitung} sebesar 2,927. Oleh karenanya dari tabel tersebut besar nilai $\text{Sig.}F_{hitung} = 0,018$.

Setelah mengetahui besaran nilai F dan nilai Sig.-nya seperti disebutkan di atas, maka dalam menyimpulkan hipotesisnya dapat dilakukan dengan memperhatikan kaidah-kaidah hipotesis yang menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

– $H_0 : H_a = 0$, artinya bahwa variabel-variabel bebas (kualitas produk, pelayanan,

- harga, promosi dan distribusi) secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yang berupa keputusan konsumen dalam menentukan pembelian produk olahan ikan bandeng
- $H_0 : H_a \neq 0$, artinya bahwa variabel-variabel bebas yang dilakukan penelitian (kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk olahan ikan bandeng

Hasil perhitungan uji F dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 5.5. Berdasarkan tabel tersebut

diketahui bahwa Sig. F hitung sebesar $0,018 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ berada didaerah menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti bahwa variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi berpengaruh secara signifikan. Mengacu penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk olahan ikan bandeng diterima. Besarnya pengaruh kelima variabel bebas tersebut dapat diketahui dari besarnya nilai R square, yang tersaji pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Perhitungan Koefisiensi Regresi Linier Berganda Secara Bersama-sama (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig
Regression	24.290	5	2.927	2.927	0.018 ^a
Residual	119.505	72			
Total	143.795	77			

a. Predictors: (Constant), place, harga, kualitas produk, pelayanan, promosi

b. Dependent variable: Keputusan membeli

Sumber data: Hasil Pengolahan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi Linier Berganda (Uji F).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.598 ^a	.358	.313	1.41	.358	8.018	5	72	.000	2.032

a. Predictors: (Constant), place, harga, kualitas produk, pelayanan, promosi

b. Dependent variable: Keputusan membeli

Hasil uji hipotesis koefisien regresi linier berganda (Uji F), yakni sebesar 59,8%. Ini berarti bahwa kelima variabel bebas yang dianalisis tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi 59,8% terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk olahan ikan bandeng, sementara selebihnya 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan

konsumen dalam membeli produk olahan ikan bandeng diterima.

(2) Uji Hipotesis Koefisien Korelasi Berganda Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tergantung secara parsial. Pengujian dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 95%. Kriteria pengujian adalah dengan membandingkan nilai t_{sig} dengan nilai α berarti terdapat pengaruh secara signifikan secara parsial antar variabel bebas terhadap variabel tergantung. Apabila nilai $t_{sig} > \alpha$ secara parsial tidak mempunyai pengaruh secara signifikan antar variabel bebas terhadap variabel tergantung. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada Tabel 15. yaitu sebagai berikut.

Tabel 15. Hasil Uji Statistik Koefisien Regresi Linier Berganda (Uji t)

Model	Unstandardized		Stdized Coefisien	t	Sig	Correlations			Collinearity statistics	
	B	Std error	Beta			Zero order	Partial	Part	Tolerance	VIF
Constant	.428	2.345		.182	.856					
Kualitas produk	.395	.199	.224	1.981	.051	.287	.227	.213	.905	1.105
Pelayanan	-3.94E-02	.161	-.028	-.245	.808	.029	-.026	-.026	.894	1.119
Harga	.218	.177	.142	1.232	.222	.169	.144	.132	.871	1.149
Promosi	.143	.185	.088	.769	.444	.133	.090	.083	.885	1.130
Place/ tempat	.315	.136	.256	2.318	.023	.280	.264	.249	.943	1.061

a. Dependent variable :
Keputusan membeli

Berdasarkan Tabel 15. di atas, diketahui bahwa nilai t_{sig} masing-masing variabel adalah sebagai berikut: $X_1 = 0,051$; $X_2 = 0,808$; $X_3 = 0,222$; $X_4 = 0,444$; $X_5 = 0,023$. Berdasarkan nilai t_{sig} masing-masing variabel bebas diketahui bahwa semua variabel yang diteliti mempunyai pengaruh yang signifikan, dimana nilai t_{sig} dari kelima variabel bebas < nilai α , sehingga dapat disusun persamaan regresi linier berganda untuk variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk olahan ikan bandeng sebagai berikut:

$$Y = 0,428 + 0,395X_1 + 0,0394X_2 + 0,218X_3 + 0,143X_4 + 0,315X_5$$

Pada Tabel 15. dapat dilihat dari semua variabel bebas secara parsial nilai probabilitas (lihat kolom sig) lebih kecil dibandingkan dengan 5%, ini berarti bahwa semua variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan ikan bandeng. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y), maka lihat kolom *Correlation partial*, yaitu $X_1 = 0,227$; $X_2 = -0,026$; $X_3 = 0,144$; $X_4 = 0,090$ dan $X_5 = 0,264$. Hal ini dapat diartikan bahwa untuk mengetahui besarnya pengaruh dan pengaruh yang paling dominan dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi parsial seperti tampak dari variabel X_5 (distribusi) mempunyai pengaruh paling besar

dan dapat dikatakan dominan dengan nilai determinasi sebesar 0,264. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan konsumen membeli produk olahan ikan bandeng, maka digunakan analisis koefisien determinasi berganda. Dengan mengacu hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 5.6. di atas, maka diketahui bahwa hasil koefisien determinasi berganda adalah sebesar $R^2 = 0,598$.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 variabel dengan 15 indikator yang mempengaruhi keputusan konsumen produk olahan ikan Bandeng. Kelima variabel tersebut adalah faktor kualitas produk, faktor pelayanan, faktor harga, faktor promosi, dan faktor distribusi. Dari hasil perhitungan analisis regresi berganda secara serentak atau simultan menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X1) adalah 0,395, dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,395 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan embeli

produk olahan ikan Bandeng, sementara koefisien regresi untuk variabel pelayanan (X2) adalah 0,039 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar 0,039 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan Bandeng. Untuk koefisien regresi variabel harga (X3) adalah 0,218 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,218 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan Bandeng, sementara koefisien regresi untuk variabel promosi (X4) adalah 0,143 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,143 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan Bandeng, dan koefisien regresi untuk variabel distribusi (X5) adalah 0,315 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar 0,315 maka mengakibatkan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk olahan ikan Bandeng. Oleh karena itu hipotesa pertama bahwa variabel-variabel bebas yaitu kualitas produk, pelayanan, harga, promosi, dan distribusi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam

membeli produk olahan ikan Bandeng dari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik dapat diterima.

Hasil analisis regresi berganda secara partial menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai faktor koefisien regresi sebesar X_1 (kualitas produk) = 0,227; variabel X_2 (pelayanan) = -0,026; variabel X_3 (harga) = 0,144; variabel X_4 (promosi) = 0,090 dan variabel X_5 (distribusi) = 0,264. Hipotesa kedua menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas antara lain kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan distribusi secara partial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk olahan ikan Bandeng dapat diterima. Dari faktor-faktor tersebut diatas, faktor yang dominan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk olahan ikan Bandeng adalah faktor distribusi yaitu 0,264 atau 26,4%, disusul peringkat berikutnya adalah faktor kualitas produk sebesar 0,227 atau 22,7%.

Mengingat produk bandeng (bandeng presto, bandeng asap, ataupun otak-otak ikan bandeng) adalah produk yang siap konsumsi, bisa dinikmati dan diperoleh kapan saja (tidak tergantung musim), serta

dari segi daya awet tentunya cepat rusak, maka kecepatan dan cara pengiriman yang benar adalah merupakan pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk olahan ikan Bandeng. Pertimbangan lain yang perlu menjadi perhatian konsumen adalah kualitas produk, dimana faktor ini menjadi pertimbangan yang dominan dalam mengambil keputusan untuk membeli produk olahan ikan Bandeng. Faktor kualitas menentukan dalam mengambil keputusan untuk membeli produk olahan ikan Bandeng, karena kualitas produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kesukaan konsumen untuk membeli kembali terhadap produk olahan ikan Bandeng. Sementara faktor-faktor lain yaitu harga, pelayanan dan promosi meskipun pengaruhnya kurang kuat, tetapi tetap saja memberikan kontribusi kepada konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk olahan ikan Bandeng.

Kesimpulan

Besarnya pengaruh variabel terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto adalah kualitas produk sebesar 0,227, pelayanan -0,026, harga

0,144, promosi 0,090 dan distribusi sebesar 0,264. Pengaruh variabel yang paling dominan terhadap kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto adalah distribusi sebesar 0,264 (26,4%), dan peringkat berikutnya variabel kualitas produk 0,227 (22,7%).

Saran

- 1) Mengingat faktor distribusi merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kesukaan konsumen dalam membeli produk bandeng presto, maka disarankan agar kecepatan dan cara pengiriman yang benar, sehingga produk bandeng presto sampai ke tingkat konsumen, dengan kondisi kualitas yang masih sesuai standar.
- 2) Kepada peneliti lain yang berminat untuk mengembangkan studi ini disarankan untuk memperdalam kajian dengan melanjutkan menggunakan variabel lainnya selain kelima variabel- tersebut diatas, sehingga akan memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang kajian yang akan dibahas selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S., 1993. **Statistik**. PT. BPFE. Yogyakarta
- Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Timur, 2003. **Data Statistik Perikanan dan Kelautan Propinsi Jawa Timur**. Surabaya
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik, 2006. **Data Statistik Perikanan dan Kelautan Kabupaten Gresik**
- Co Fish Project, 2004. **Teknologi Pengolahan Bandeng Presto. Pelatihan Mata Pencarian Alternatif Bengkalis, 27 Februari 2004. Bagian Proyek Pembangunan Masyarakat Pantai dan Pengelolaan Sumberdaya Perikanan Bengkalis**. Hal. 1-8
- Dinas Kelautan dan Perikanan Gresik, 2002. **Data Statistik Kelautan dan Perikanan Kabupaten Gresik**
- Dinas Kelautan dan Perikanan Gresik, 2003. **Data Statistik Kelautan dan Perikanan Kabupaten Gresik**
- Khomsan, A., 2004. **Peranan Pangan dan Gizi untuk Kualitas Hidup**. Penerbit Grasindo. Jakarta

Nazir., 1988. **Metode Penelitian.**
Cetakan Ketiga. Ghalia
Indonesia. Jakarta

Susanto, E., 2010. **Pengolahan**
Bandeng (*Chanos chanos*
Fork.) Duri Lunak.
Program Penyuluhan Bagi

Masyarakat Pesisir di
Kabupaten Batang 27-28
Juli 2010. Program Studi
teknologi Hasil Perikanan
Universitas Diponegoro
Semarang. Hal. 3-19