



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN OLAHAN IKAN
DALAM KALENG (*Sardines*) DI KOTA BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh
Nila Yaqut Evia
NIM 081510691029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN OLAHAN IKAN
DALAM KALENG (*Sardines*) DI KOTA BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh :
Nila Yaqut Evia
NIM. 081510691029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Imam Kasturi Baehaqi dan Ibunda Ma'rifatul Ulum, terima kasih atas kasih sayang, serta beribu-ribu doa yang selalu mengiringi langkah dan keberhasilanku;
2. Saudaraku tercinta Fahrur Habibi, terima kasih untuk doa, kasih sayang dan motivasi yang diberikan untukku;
3. Guru-guru sejak TK, SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan dedikasi yang tinggi;
4. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember.

MOTTO

*Berangkat dengan penuh keyakinan
Berjalan dengan penuh keikhlasan
Istiqomah dalam menghadapi cobaan
“ YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH “*

(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

*Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau
kita telah berhasil melakukan dengan baik*

(Evelyn Underhill)

*Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari
betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah*

(Thomas Alva Edison)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nila Yaqut Evia

NIM : 081510691029

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Olahan Ikan dalam Kaleng (*Sardines*) di Kota Banyuwangi”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 April 2014
Yang menyatakan,

Nila Yaqut Evia
NIM 081510691029

SKRIPSI

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN OLAHAN IKAN DALAM KALENG (*Sardines*) DI KOTA BANYUWANGI

Oleh

Nila Yaqut Evia
NIM 081510691029

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Ir. Imam Syafii, MS.
NIP 195212181980021001
Dosen Pembimbing Anggota : Titin Agustina SP., MP.
NIP 198208112006042001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Olahan Ikan dalam Kaleng (*Sardines*) di Kota Banyuwangi**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 22 April 2014

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim Penguji
Penguji 1,

Ir. Imam Syafi'i., M.S
NIP. 195212181980021001

Penguji 2

Penguji 3

Titin Agustina, SP., MP.
NIP.198208112006042001

Ebban Bagus Kuntadi, SP., M. Sc.
NIP. 198002202006041002

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ir. Jani Januar., M.T.
NIP. 195901021988031002

RINGKASAN

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Olahan Ikan dalam Kaleng (*Sardines*) di Kota Banyuwangi; Nila Yaqut Evia; 081510691029. Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Produk olahan ikan dalam kaleng (*Sardines*) merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat perkotaan, hal ini seiring dengan perubahan jaman semakin modern, dimana hampir setiap orang menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dengan cepat dan praktis, termasuk pola konsumsi makan dan minum mereka. Perubahan pola makan dan minum tersebut terjadi pada masyarakat perkotaan, dimana sebagian besar dari mereka telah disibukkan oleh pekerjaan yang menyita banyak waktu, sehingga mereka tidak lagi mempunyai waktu yang cukup untuk menyiapkan makanan atau minumannya. Maka dari itu, produk olahan ikan dalam kaleng yang kini telah diproduksi dan dipasarkan oleh para produsen merupakan suatu solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya produk olahan ikan dalam kaleng tersebut akan memberikan kepraktisan dalam mengkonsumsinya.

Olahan ikan dalam kaleng yang saat ini banyak dijumpai di pasaran merupakan diversifikasi produk yang telah ada sebelumnya, harus diupayakan pemahaman perilaku konsumen oleh produsen dalam upayanya agar produk tersebut laku dipasaran. Oleh sebab itu pengelola atau pedagang harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen, terutama mengenai kebutuhan konsumen terhadap olahan ikan dalam kaleng. Merek juga merupakan komponen penting dalam pembelian suatu produk, merek disini peneliti membatasi 2 merek yaitu merek ABC dan merek MAYA. Selain itu diperlukan adanya segmentasi pasar yang jelas dari konsumen yang ingin dituju. Perusahaan juga perlu menerapkan apakah ingin menjual kepada segmen pelanggan yang lain yang sebelumnya belum mereka pikirkan. Segmentasi konsumen dilihat dari segi demografi yang terdiri dari empat aspek yaitu aspek pekerjaan, aspek pendidikan, aspek pendapatan, dan aspek usia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi Olahan ikan dalam kaleng, hubungan merek terhadap keputusan konsumen, serta segmentasi konsumen Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Banyuwangi, Kecamatan Giri, Kecamatan Kalipuro pada bulan Agustus 2013 sampai bulan November 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan korelasional. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Convenience Sampling* dan memperoleh total responden sebanyak 75 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis Chi-square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) faktor-faktor yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi yaitu faktor internal dan eksternal produk yang terdiri dari variabel citarasa, higienitas, harga, selera, dan gizi. Kemudian faktor kualitas dan pemasaran produk yang terdiri dari kualitas, kemasan, promosi serta faktor sumber informasi konsumen yang terdiri dari sumber informasi; (2) Terdapat hubungan yang nyata antara merek dengan perilaku konsumen pada keputusan pembelian Olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi; (3) Segmentasi konsumen yang mengkonsumsi olahan ikan dalam kaleng di Kota Banyuwangi umumnya memiliki pekerjaan berprofesi sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 40%, dengan pendidikan perguruan tinggi yang meliputi diploma, S1 dan S2 sebesar 62,6%, tingkat pendapatan konsumen yang berkisar Rp 2.100.000,00 – 3.000.000,00 dengan persentase 36%, serta usia konsumen berada pada usia dewasa (30-49 tahun) sebesar 48%.

SUMMARY

Factors Influencing Consumer Behavior in Consuming Canned Fish (Sardines) in Banyuwangi City; Nila Yaqut Evia; 081510691029. Agribusiness Study Program, Social-Economics of Agriculture Department, Faculty of Agriculture, University of Jember.

The product of canned fish (*Sardines*) is one of the foods favored by urban society. This is in line with the increasingly modern era where almost everyone wants things done quickly and practically, including the consumption pattern in eating and drinking. Changes in eating and drinking occur in urban society, where most of them have been dealt with work that takes a lot of time, so that they do not have enough time to prepare their food or drink. Therefore, the product of canned fish that nowadays has been produced and marketed by the producers is a right solution to meet the consumers needs. The canned fish product will provide practicality in its consumption.

The canned fish which is widely found in the market is a product diversification that has been available previously. The understanding of consumer behavior should be made by producers in order that the products are sold in the market. Therefore, the managers or traders must be able to identify consumer behavior, especially regarding consumer demand for canned fish. Brand is also an important component in purchasing a product. In this case, brands are limited on 2 brands, that is, ABC and MAYA. In addition, it is necessary to identify the market segmentation of the targeted consumers. The companies also need to determine whether they want to sell to other customer segments that previously have not been in their mind. Segmentation of consumers in terms of demography that consists of four aspects: employment, education, income, and age.

This research aimed to identify the factors affecting consumer behavior in consuming canned fish, the relationship of brand with the consumer's decision as well as consumer segmentation of canned fish Banyuwangi City. This research was conducted in Banyuwangi Regency, District of Giri, District of Kalipuro in August 2013 to November 2013. The research used descriptive and correlational

methods. Sampling applied Convenience Sampling and obtained the total of 75 respondents. Data analysis methods used were factor analysis and Chi-square analysis.

The research results showed that: (1) the factors dominantly affecting the consumer behavior in consuming canned fish Banyuwangi City were internal and external factors of the products which consisted of the variables of flavor, hygiene, price, taste, and nutrition. The factors of quality and product marketing consisting of quality, packaging, promotion and consumers' information resources; (2) There was a significant relationship between the brand and consumer behavior in decision of purchasing canned fish in Banyuwangi City; (3) Segmentation of consumers who consumed canned fish in Banyuwangi city was generally those who had professions as housewives equal to 40%, a college education including diploma, S1 (Bachelor) and S2 (Master) by 62.6%, consumer income levels ranging from IDR 2,100,000.00 - 3.000,000,00 with a percentage of 36%, and the age of the consumers of adults (30-49 years) by 48%.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi dengan judul, **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Olahan Ikan dalam Kaleng (*Sardines*) di Kota Banyuwangi”** dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Strata Satu (S1), Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember, Dr. Ir. Jani Januar, MT yang telah memberikan bantuan perijinan dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini,
2. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/ Program Studi Agribisnis, Aryo Fajar Sunartomo, S.P., M.Si yang telah memberikan bantuan sarana dan prasarana dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini,
3. Bapak Ir. Imam Syafii, MS selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Titin Agustina, SP., MP selaku Dosen Pembimbing Anggota dan yang telah memberikan motivasi, meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini,
4. Bapak Ebban Bagus Kuntadi, SP., M. Sc. selaku dosen penguji 3 yang telah memberikan masukan dan pengarahan untuk dapat menyelesaikan karya ilmiah ini,
5. Ibu Rokhani, SP., MSi selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis,
6. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis dan Dosen Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran dan kritik kepada penulis,

7. Keluargaku, Ayahanda tercinta Bapak. Imam Kasturi Baehaqi, Ibunda tercinta Ma'rifatul Ulum, Kakakku Fahrur Habibi, Kakak ipar Ani Nurhayati, dan Adik keponakanku M. Brenda Erlangga Tyo Fabian terima kasih untuk pengorbanan yang tak terhingga, serta doa dan semangat yang luar biasa terutama selama penyusunan skripsi ini,
8. Sahabat terbaikku yaitu Zhevent G (Indra Dwi Mayasari, Siti Khoiriyah, Erlin Mutia Tauri, Dian Aprilia, Putri Ariesta dan Elok Riski Kawati), terima kasih atas semangat, bantuan, perhatian dan motivasinya selama ini,
9. Sahabat sekaligus saudara bagiku yaitu Eva Yuliana dan Mohamad Hariyadi, Hengky, terima kasih atas bantuan, semangat dan motivasinya,
10. Seluruh teman seperjuangan Agribisnis 2008, terima kasih telah berjuang bersama-sama demi mewujudkan masa depan,
11. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 22 April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Karakteristik Ikan Lemuru	8
2.2.2 Karakteristik Olahan Ikan dalam Kaleng	9
2.2.3 Teori Perilaku Konsumen	11
2.2.4 <i>Brand Positioning</i>	15
2.2.5 Teori Pengambilan Keputusan	17

2.2.6 Teori Pemasaran	20
2.2.7 Teori Segmentasi Konsumen	22
2.2.8 Analisis Faktor	23
2.2.9 Analisis Chi-Square	24
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis	30
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Metode Pengambilan Contoh	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Metode Analisis Data	33
3.6 Definisi Operasional	38
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	41
4.1 Letak Geografis	41
4.2 Keadaan Penduduk	42
4.3 Karakteristik Lokasi	43
4.3.1 Kecamatan Banyuwangi	44
4.3.2 Kecamatan Giri	45
4.3.3 Kecamatan Kalipuro.....	45
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengkonsumsi Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	47
5.1.1 Pengujian Standar Deviasi	48
5.1.2 Pengujian KMO and Bartlett's Test	49
5.1.3 Analisis Faktor	58

5.2 Hubungan antara Merek dengan Perilaku Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	65
5.3 Segmentasi Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng di Kota (<i>Sardines</i>) Banyuwangi	68
5.3.1 Aspek Jenis Pekerjaan	68
5.3.2 Aspek Tingkat Pendidikan	70
5.3.2 Aspek Tingkat Pendapatan	71
5.3.2 Aspek Tingkat Usia	72
 BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	74
6.1 Kesimpulan	74
6.2 Saran	74
 DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Judul	Halaman
1.1	10 Besar Provinsi Penghasil Ikan Tahun 2005-2011.....	2
2.1	Komposisi Nilai Gizi Ikan Lemuru Per 100 Gram Bahan.....	9
4.2	Jumlah Penduduk Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2009 dan 2011	42
4.2	Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2011	42
4.3	Persentase Penduduk Menurut Mata Pencaharian Utama di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2012	43
4.4	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Banyuwangi Tahun 2011	44
4.5	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Giri Tahun 2011	45
4.6	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Kalipuro Tahun 2011	46
5.1	Hasil Pengujian Standar Deviasi	48
5.2	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Pertama	49
5.3	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Pertama	49
5.4	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Kedua	50
5.5	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Kedua	51
5.6	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Ketiga	52
5.7	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Ketiga	52
5.8	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Keempat	53
5.9	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Keempat	54
5.10	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Kelima	54
5.11	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Kelima	55
5.12	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Keenam	56

5.13	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Keenam	56
5.14	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Ketujuh	57
5.15	Hasil Anti-image Matrics Pada Uji KMO Ketujuh	57
5.16	Hasil Rotated Component Matrics	58
5.17	Pengaruh Faktor Terhadap Varians	59
5.18	Persentase Pembentuk Faktor Internal dan Eksternal Produk.	60
5.19	Persentase Pembentuk Faktor Kualitas dan Pemasaran Produk	63
5.20	Persentase Sumber Informasi	65
5.21	Hasil Analisis Chi Square Hubungan Antara Merek dengan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	66
5.22	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan dan Jumlah Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	69
5.23	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jumlah Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	70
5.24	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jumlah Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	71
5.25	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur dan Jumlah Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>) di Kota Banyuwangi	72

DAFTAR GAMBAR

	Judul	Halaman
2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.2	Proses Pembelian	19
2.3	Skema Kerangka Pemikiran	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Judul	Halaman
A	Data Responden	78
B	Tabulasi Analisis Faktor	81
C	Standar Deviasi	83
D	Uji KMO <i>and Bartletts Test Pertama</i>	84
E	Uji KMO <i>and Bartletts Test Kedua</i>	87
F	Uji KMO <i>and Bartletts Test Ketiga</i>	90
G	Uji KMO <i>and Bartletts Test Keempat</i>	93
H	Uji KMO <i>and Bartletts Test Kelima</i>	96
I	Uji KMO <i>and Bartletts Test Keenam</i>	99
J	Uji KMO <i>and Bartletts Test Ketujuh</i>	102
K	Komponen Matriks	105
L	Total Varian	106
M	Persentase Keputusan Konsumen Pembentuk Faktor Internal Produk	107
N	Persentase Keputusan Konsumen Pembentuk Faktor Pemasaran Produk	108
O	Persentase Keputusan Konsumen Pembentuk Faktor Sumber Informasi	109
P	Hasil Analisis Chi-Square Mengenai Hubungan Antara Merek degan Perilaku Konsumen Olahan Ikan dalam Kaleng (<i>Sardines</i>).....	110
Q	Kuesioner	112
R	Dokumentasi	115