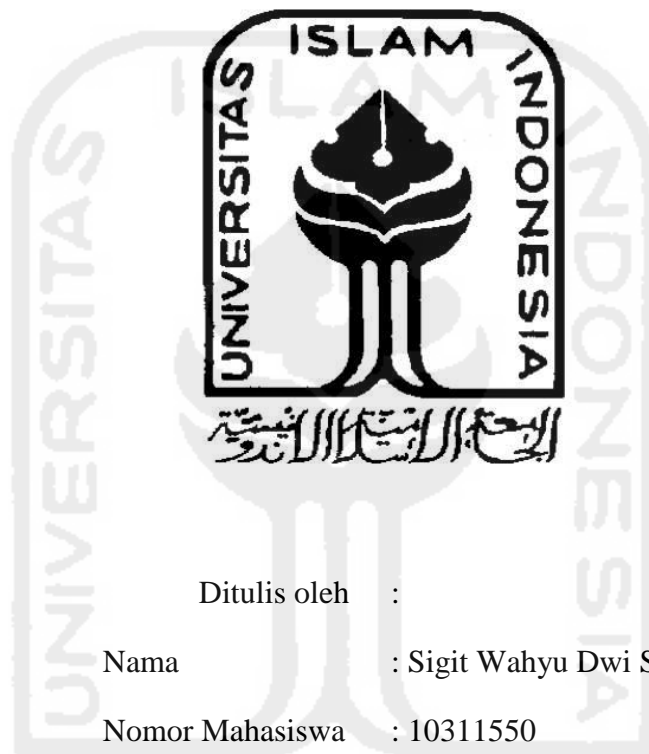


**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP PEMBELIAN AKTUAL MELALUI NIAT
BELI PADA IKAN LAUT**

(Studi Kasus di Kabupaten Ngawi)

JURNAL



Ditulis oleh :

Nama : Sigit Wahyu Dwi Saputro

Nomor Mahasiswa : 10311550

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP PEMBELIAN AKTUAL MELALUI NIAT BELI PADA IKAN LAUT

(Studi Kasus di Kabupaten Ngawi)

SIGIT WAHYU DWI SAPUTRO

Fakultas Ekonomi – Universitas Islam Indonesia

Email: sigitpuntok78@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi terhadap pembelian aktual melalui niat beli pada ikan laut. Ikan laut memiliki kandungan gizi sangat tinggi, dijamin halal, melimpah di Indonesia, tetapi tingkat konsumsi di Indonesia masih rendah. Kenapa masih rendah? itulah pentingnya penelitian ini dilakukan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Responden adalah masyarakat yang berada di Kabupaten Ngawi. Total responden penelitian ini adalah 300 orang. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Analisis data menggunakan analisis regresi dengan menggunakan SPSS release 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *persepsi* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *niat beli* baik secara keseluruhan maupun secara parsial, dan *niat beli* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian aktual* baik secara keseluruhan maupun parsial. Dari hasil analisis tersebut, maka penting bagi produsen ikan laut untuk meningkatkan fasilitas dan prasarana penjualan, sehingga konsumen merasa nyaman dan mudah untuk mendapatkan ikan laut sebagai produk ramah lingkungan dan memiliki kandungan gizi cukup tinggi.

Kata kunci : *Persepsi Konsumen, Niat Beli, Pembelian Aktual*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ikan, baik ikan segar maupun ikan olahan memiliki kandungan gizi sangat tinggi, yakni rendah kolesterol, tinggi asam lemak tak jenuh ganda omega-3 dan relatif lebih tinggi kuantitas dan mutu protein (kelengkapan komposisi asam amino dan kemudahan untuk dicerna) daripada bahan pangan sumber protein lainnya. Oleh karena itu, ikan dengan segala keunggulan gizi yang dimiliki dapat dijadikan sebagai sumber pangan masa depan yang mempunyai banyak manfaat untuk pertumbuhan (Wahyuni, 2007).

Terkait dengan hal tersebut, Indonesia sangat berpeluang untuk menjadikan ikan sebagai sumber protein utama guna meningkatkan gizi masyarakat, karena memiliki potensi ikan melimpah. Namun besarnya potensi tersebut tidak diikuti dengan tingkat konsumsi ikan dalam negeri yang tinggi pula. Rendahnya tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia dibandingkan negara lain, disebabkan oleh dua hal yang terkait dengan lemahnya sisi ketersediaan (*supply*) dan rendahnya tingkat permintaan (*demand*). Rendahnya konsumsi ikan masyarakat Indonesia disebabkan kurang meratanya ketersediaan

suplai ikan bermutu, kurangnya sarana prasarana penjualan, distribusi ikan yang baik dan higienis, yang mampu menjangkau seluruh penjuru daerah dan adanya produk substitusi ikan.

Niat beli didefinisikan sebagai pernyataan yang berkaitan dengan batin yang mencerminkan rencana dari pembeli untuk membeli suatu merek tertentu dalam suatu periode waktu tertentu (Sutantio, 2004). Meskipun merupakan pembelian yang belum tentu akan dilakukan pada masa mendatang namun pengukuran terhadap niat beli umumnya dilakukan guna memaksimalkan prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri. Pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen (Assael, 2001:75). Aaker (1991:85) mendefinisikan persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas serta keunggulan suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. Alasan memilih Kabupaten Ngawi, Jawa Timur karena untuk memudahkan penulis melakukan penelitian serta daerah ini memiliki penduduk yang sangat dinamis, cepat tanggap serta peka terhadap produk organik.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari keseluruhan objek yang akan diteliti (Boedijoewono, 2001). Menurut Sekaran (2006) menambahkan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, kejadian atau sesuatu hal yang ingin diteliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Ngawi Jawa Timur yang membeli ikan laut.

Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada 300 responden.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi pada variabel persepsi kesehatan yang memiliki nilai rata-rata 2,88 (baik), persepsi keamanan nilai rata-rata sebesar 2,95 (baik), persepsi ramah lingkungan nilai rata-rata sebesar 2,97 (baik), persepsi kualitas nilai rata-rata sebesar 2,93 (baik), niat beli value nilai rata-rata sebesar 2,95 (baik), dan perilaku pembelian aktual nilai rata-rata sebesar 2,92 (baik).

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas angket dilakukan menggunakan *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan computer program SPSS versi 16.0. dengan menggunakan data sebanyak 300 responden. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Product Moment* $> r$ tabel (0,306), (Sugiyono, 2013). Hasil uji validitas disajikan pada tabel 1 berikut :

Tabel1.Hasil Uji Validitas

Var.	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.	Var.	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
P. Ke seha tan	S1	0.841	0.306	Valid	P. Kua litas	K1	0.749	0.306	Valid
	S2	0.624	0.306	Valid		K2	0.813	0.306	Valid
	S3	0.77	0.306	Valid		K3	0.655	0.306	Valid
	S4	0.851	0.306	Valid		K4	0.738	0.306	Valid
	S5	0.768	0.306	Valid		K5	0.809	0.306	Valid
	S6	0.771	0.306	Valid		K6	0.81	0.306	Valid
	S7	0.763	0.306	Valid	Niat Beli	N1	0.813	0.306	Valid
P. Kea manan	A1	0.717	0.306	Valid		N2	0.825	0.306	Valid
	A2	0.711	0.306	Valid		N3	0.748	0.306	Valid
	A3	0.842	0.306	Valid		N4	0.626	0.306	Valid
	A4	0.583	0.306	Valid		N5	0.779	0.306	Valid
	A5	0.83	0.306	Valid		N6	0.677	0.306	Valid
P. Ra mah lingku ngan	RL1	0.804	0.306	Valid	P. Beli	N7	0.743	0.306	Valid
	RL2	0.672	0.306	Valid		PB1	0.538	0.306	Valid
	RL3	0.579	0.306	Valid		PB2	0.701	0.306	Valid
	RL4	0.707	0.306	Valid		PB3	0.442	0.306	Valid
	RL5	0.795	0.306	Valid		PB4	0.754	0.306	Valid
	RL6	0.794	0.306	Valid		PB5	0.837	0.306	Valid
	RL7	0.809	0.306	Valid		PB6	0.573	0.306	Valid
	RL8	0.798	0.306	Valid		PB7	0.542	0.306	Valid
	RL9	0.884	0.306	Valid		PB8	0.712	0.306	Valid
						PB9	0.401	0.306	Valid
					PB10	0.489	0.306	Valid	

Sumber ; Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdiri dari masing-masing variabel dapat dinyatakan valid karena seluruh variabel memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,306), sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang terkandung dalam kuisioner dapat dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronboach's Alpha*, dimana tingkat signifikan yang dipakai adalah 5% dengan dasar pengambilan keputusan. Instrumen penelitian dikatakan reliable jika memiliki *Cranboach Alpha Coefisien* di atas 0,6 (Ghozali, 2005). Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 2 berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Perpsepsi Kesehatan	0,884	Reliabel/Handal
Persepsi Keamanan	0,791	Reliabel/Handal
Persepsi Ramah Lingkungan	0,902	Reliabel/Handal
Persepsi Kualitas	0,863	Reliabel/Handal
Niat Beli	0,874	Reliabel/Handal
Perilaku Beli	0,810	Reliabel/Handal

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacup ada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2005) semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kesehatan terhadap niat beli ikan laut di Kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.21 dengan koefisien path positif 0,215 dan $p\text{-value}=0,000<0,05$. Artinya semakin baik persepsi konsumen akan kesehatan maka semakin baik pula niat untuk membeli ikan laut.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi keamanan terhadap niat beli ikan laut di Kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.21 dengan koefisien path positif 0,265 dan $p\text{-value}=0,000<0,05$. Artinya semakin baik persepsi konsumen akan keamanan maka semakin baik pula niat untuk membeli ikan laut.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi ramah lingkungan terhadap niat beli ikan laut di Kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.21 dengan koefisien path positif 0,178 dan $p\text{-value}=0,002<0,05$. Artinya semakin baik persepsi konsumen akan ramah lingkungan maka semakin baik pula niat untuk membeli ikan laut.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kualitas terhadap niat beli ikan laut di Kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.21 dengan koefisien path positif 0,302 dan $p\text{-value}=0,000<0,05$. Artinya semakin baik persepsi konsumen akan kualitas maka semakin baik pula niat untuk membeli ikan laut.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara niat beli terhadap perilaku pembelian aktual ikan laut di Kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.21 dengan koefisien path positif 0,847 dan $p\text{-value}=0,000<0,05$. Artinya semakin baik niat konsumen untuk membeli ikan laut maka semakin baik pula perilaku pembeliannya.

Saran

Pemerintah hendaknya mengembangkan pasar tradisional dengan meningkatkan fasilitas dan prasarana khususnya bagi penjual ikan laut, sehingga masyarakat kota Ngawi merasa nyaman dan mudah untuk mendapatkan ikan laut sebagai produk yang ramah lingkungan dan memiliki kandungan gizi cukup tinggi.

Daftar Pustaka

- Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity*. The free Press. New York, USA.
- Assael, Henry, 2001. *Costumer Behavior And Marketing Action*, Keat Publishing. Company, Boston.
- Boedijoewono, N. (2001). *PengantarStatistikEkonomidan Perusahaan Jilid 2*.EdisiRevisi. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Djaslim Saladin, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda karya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model PersamaanStrukturaldanAplikasidengan Program Amos 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kinney, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. Marketing Research: An Applied Approach. McGraw Hill Text.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip ... Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis, USU. Press, Medan.
- Monroe Grewal, D, K B, & Krishnan, R (1998) The Effect of Price-Comparison Advertising on Buyers' Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions Journal of Marketing , 62,46-59.
- Robbins dan Judge. 2008. Perilaku Organisasi, Edisi Duabelas, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutantio, Magdalena, 2004, Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi; Studi Kasus Produk Sharp di Surabaya, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.III*.
- Wahyuni, M. 2007. *Pemanfaatan hasil perikanan secara Efisien Menuju Perbaikan Daya Saing Produk melalui Pengembangan Teknologi Pengolahan Non Konvensional*, Departemen Kelautan dan Perikanan: 125-14.

