

## ANALISIS KEPUASAN DAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMSI IKAN LAUT DI KOTA BANDA ACEH (STUDI KASUS DI PASAR PEUNAYONG)

*Analysis of Satisfaction and Customer Decisions of Marine Fish in Banda Aceh  
( A Case Study at Peunayong Market )*

**Aulia Shastya Putri<sup>1</sup>, Zakiah<sup>1</sup>, Romano<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala

**Abstrak**-Ikan sebagai salah satu sumber protein hewani yang mengandung Omega 3, Omega 6, dan Omega 9. Perairan laut Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi. Kota Banda Aceh merupakan salah satu kota di Indonesia yang berada di daerah pesisir yang berbatasan langsung dengan dengan Selat Malaka. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen ikan laut dan untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu *Importance and Performance Analysis* (IPA), and *Customer Satisfaction Index* (CSI), serta alat analisis *Chi-Square* untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Tingkat kepuasan konsumen dalam kategori puas, ditunjukkan dengan nilai CSI 75,58% atau 0,75; (2) Faktor harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh.

**Kata kunci** : Ikan laut, Kepuasan, Keputusan, Konsumen, Harga, Kualitas Produk

**Abstract**-Fish as a source of animal protein which contains Omega 3, Omega 6, and Omega 9. Indonesian seas have a high biodiversity. Banda Aceh is one of the cities in Indonesia are located in coastal areas directly adjacent to the Malacca Straits. The purpose of this study was to determine the level of customer satisfaction marine fish and to identify factors that influence consumer decisions to buy marine fish in Banda Aceh. This research was conducted by survey method. The analytical method used is quantitative analysis that is of *Importance and Performance Analysis* (IPA), and *Customer Satisfaction Index* (CSI, and then *Chi-Square* test to find out the factors that affects purchasing decisions consumer. The results showed that: (1) The level of customer satisfaction in the category are satisfied, is shown by a value of CSI is 75.58% or 0.75; (2) Factors that affects is the price and quality of products in the consumer's decision to buy marine fish in Banda Aceh.

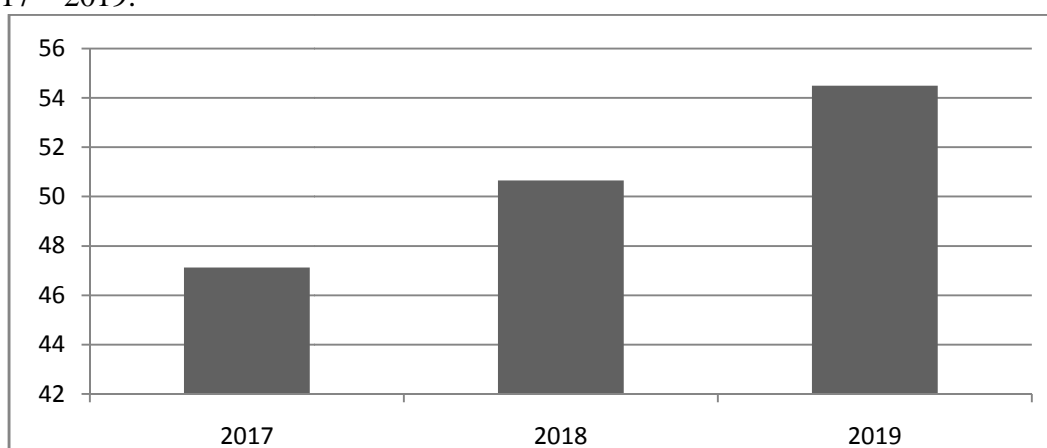
**Keywords:** Marine Fish, Satisfaction, Decision, Customer, Price, Quality of Product

### PENDAHULUAN

Ikan bagi masyarakat Indonesia merupakan sumber protein hewani yang menjadi kebutuhan pokok yang harus terpenuhi setiap hari. Sumber daya ikan di perairan laut Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi. Menurut Barani (2004), di wilayah perairan laut Indonesia terdapat beberapa jenis ikan bernilai ekonomis tinggi antara lain : tuna, cakalang, udang, tongkol, tenggiri, kakap, cumi-cumi, ikan-ikan karang (kerapu, baronang, udang barong/lobster), ikan hias dan kerang-kerangan termasuk rumput laut.

Ikan sebagai salah satu sumber protein hewani mengandung Omega 3, Omega 6, dan Omega 9. Menurut Khomsan dan Anwar (2004), omega 3 berfungsi membantu perkembangan mata, otak dan syaraf, Omega 6 bermanfaat untuk fungsi endokrin dan hormonal, dan Omega 9 berfungsi meringankan gejala peradangan sendi dan stabilitas kolesterol. Protein yang terdapat pada ikan lebih mudah dicerna dan memiliki kandungan asam amino yang lengkap.

Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2016) rata – rata konsumsi ikan nasional selama tahun 2010-2015 yaitu 35,18 kg/kap/tahun. Pada tahun 2015 jumlah rata – rata konsumsi ikan nasional sebesar 41,11 kg/kap/tahun. Angka tersebut melebihi target konsumsi ikan yang ditetapkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan pada tahun 2015, yaitu 40,90 kg/kap/tahun. Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia setiap tahunnya meningkatkan target konsumsi ikan di Indonesia. Berikut grafik target konsumsi ikan nasional pada tahun 2017 – 2019:



**Gambar 1. Grafik Target Konsumsi Ikan Nasional Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Tahun 2017 - 2019**

Berdasarkan gambar diatas, target konsumsi ikan nasional yang ditetapkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan angka konsumsi ikan masyarakat Indonesia. Data konsumsi ikan selalu disandingkan dengan data peyediaan ikan. Jumlah produksi ikan di Indonesia selama tahun 2012 hingga 2014 mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata 5.726.766 ton / tahun. Provinsi Maluku merupakan provinsi dengan tingkat produksi ikan tertinggi setiap tahunnya dengan rata-rata produksi sebesar 542.398 ton / tahun. Provinsi dengan jumlah produksi ikan terendah setiap tahunnya adalah provinsi Sulawesi Barat dengan rata-rata 44.843 ton/tahun. Data produksi ikan provinsi Kalimantan Utara pada tabel tidak tertera karena data masih bergabung dengan provinsi Kalimantan Timur. Jumlah produksi ikan di provinsi Aceh sebesar 153.467 ton / tahun.

Jumlah konsumsi ikan per kapita yang selalu meningkat di Provinsi Aceh merupakan hasil yang baik untuk menjalankan program gemar makan ikan yang dirancang pemerintah beberapa tahun belakangan ini. Jumlah konsumsi ikan per kapita masyarakat Aceh setiap tahunnya selalu berada diatas angka target konsumsi ikan yang ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini berarti masyarakat Aceh setiap tahunnya mengkonsumsi ikan dalam jumlah yang lebih banyak dan menambah kegemaran masyarakat Aceh untuk mengkonsumsi ikan guna untuk memenuhi kebutuhan protein di dalam tubuh. Berikut tabe; data jumlah produksi ikan laut di Indonesia pada tahun 2012 – 2014 :

Tabel 1. Jumlah Produksi Ikan di Indonesia Pada Tahun 2012 – 2014 :

Provinsi	Tahun (Ton/Tahun)		
	2012	2013	2014
Aceh	148.765	153.692	157.944
Sumatera Utara	510.552	508.359	484.313
Sumatera Barat	197.460	211.004	214.734
Riau	95.609	93.279	107.305
Jambi	46.894	47.713	48.031
Sumatera Selatan	44.092	44.764	48.186
Bengkulu	44.561	50.918	60.705
Lampung	144.485	163.107	157.968
Kep. Bangka Belitung	202.565	199.243	203.285
Kep. Riau	147.310	140.597	139.331
DKI Jakarta	219.836	209.733	226.060
Jawa Barat	198.978	207.462	206.156
Jawa Tengah	256.093	224.229	242.072
D.I. Yogyakarta	4.094	3.396	5.387
Jawa Timur	367.922	378.329	385.878
Banten	59.702	58.568	59.302
Bali	80.413	102.251	116.910
Nusa Tenggara Barat	132.781	142.190	227.084
Nusa Tenggara Timur	66.005	103.825	111.415
Kalimantan Barat	101.991	120.079	165.622
Kalimantan Tengah	54.574	66.312	66.384
Kalimantan Selatan	131.074	176.691	178.916
Kalimantan Timur	105.393	107.147	111.199
Sulawesi Utara	279.031	282.980	295.204
Sulawesi Tengah	196.108	259.984	263.887
Sulawesi Selatan	247.173	277.896	287.897
Sulawesi Tenggara	135.446	124.549	150.588
Gorontalo	84.683	91.439	102.534
Sulawesi Barat	42.002	45.810	46.717
Maluku	537.262	551.812	538.121
Maluku Utara	150.970	151.541	218.097
Papua Barat	120.329	121.774	119.984
Papua	281.480	286.339	290.438
Total	5.435.633	5.707.012	6.037.654

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016 (diolah)

Banda Aceh yang dikelilingi dengan laut memiliki hasil laut yang tergolong berlimpah terutama ikan tangkap. Data jumlah dan nilai produksi ikan laut di perairan Banda Aceh adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah dan Nilai Produksi Ikan Laut di Kota Banda Aceh Tahun 2012 - 2014

Tahun	Jumlah Produksi (ton)	Nilai Produksi (Ribu Rupiah)
2012	6.736,5	114.919.888,3
2013	6.158,9	108.413.967,0
2014	6.481,916	114.371.253,6
Total	19.377,316	337.705.108,9

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2015

Berdasarkan Tabel 2 diatas, jumlah produksi ikan laut pada tahun 2012 hingga 2014 mengalami penurunan. Pada tahun 2012 jumlah produksi ikan laut sebanyak 6.736,5 ton, pada tahun 2013 mengalami penurunan jumlah produksi sebesar 577,6 ton, dan di tahun 2014 jumlah produksi ikan laut kembali meningkat dari tahun sebelumnya

sebesar 323,02 ton, namun masih dibawah jumlah produksi tahun 2012. Produksi ikan mengalami penurunan disebabkan faktor cuaca buruk sehingga para nelayan tidak dapat melaut.

Jenis ikan yang pada umumnya dikonsumsi oleh masyarakat Aceh adalah ikan tongkol, tuna, dencis, kakap merah, pilok, rambeu, kerapu, cirek, tenggiri, kacang-kacang, sakam, pisang-pisang, biji nangka, krimen, dan bileh.

Perilaku konsumen merupakan proses yang kompleks dan *multi dimensional*, karena dalam memahami perilaku konsumen banyak variabel yang berpengaruh satu sama lain dan saling berinteraksi (Suryani,2008). Menurut Kotler (2000), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi. Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku konsumen yang paling mendasar. Faktor sosial berasal dari pengaruh kelompok kecil yang terdiri dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai sasaran tujuan bersama yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Faktor sosial meliputi keluarga, serta peran dan status sosial seseorang. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian seseorang. Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli produk adalah motivasi, persepsi, keyakinan, sikap dan pembelajaran.

Menurut Hawkins dan Lonney (2003), atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, dan fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk, dan berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan, menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai, dan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Pasar Peunayong merupakan salah satu pasar di Kota Banda Aceh yang menjual ikan laut segar dan merupakan pasar sekaligus tempat pendaratan ikan terbesar di Kota Banda Aceh. Pada saat membeli ikan, masyarakat mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga, pelayanan dan kondisi kesegaran ikan. Jenis ikan laut yang pada umumnya dikonsumsi oleh masyarakat Aceh adalah ikan tongkol, tuna, dencis, kakap merah, pilok, rambeu, kerapu, cirek, tenggiri, kacang-kacang, salam, pisang-pisang, biji nangka, krimen, dan bileh.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan puas (Suprpto, 2006). Masyarakat yang terkesan puas terhadap produk ikan yang dibelinya cenderung akan membeli ikan ditempat semula kembali. Kepuasan masyarakat terhadap ikan karena merasa cocok terhadap harga, tempat, rasa, dan kesegaran ikan tersebut.

Masyarakat yang terkesan puas terhadap produk ikan yang dibelinya cenderung akan membeli ikan ditempat semula kembali. Kepuasan masyarakat terhadap ikan karena merasa cocok terhadap harga, tempat, rasa, dan kesegaran ikan tersebut.

Dikutip dari Mediaaceh.co (2016) harga ikan laut di Banda Aceh khususnya di Pasar Peunayong pada seminggu setelah Idul Adha tahun 2016 telah mengalami penurunan hingga 20 persen. Hal ini disebabkan karena para nelayan telah kembali melaut sehingga ikan segar lebih banyak dijumpai di pasar. Harga ikan yang dihimpun oleh Mediaaceh.co antara lain ikan tongkol sebesar Rp.25.000 per kilogram, cumi-cumi Rp.65.000 per kilogram, ikan kakap merah Rp.60.000 per kilogram, ikan bandeng Rp.30.000 per kilogram, ikan cabeh Rp.75.000 per kilogram, dan ikan rambeu Rp.60.000 per kilogram.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap ikan laut di Kota Banda Aceh dan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Peunayong, penentuan lokasi dengan pertimbangan bahwa Pasar Peunayong merupakan pasar tradisional penyedia ikan laut terbesar di Kota Banda Aceh. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Guba dan Lincoln (1985) penelitian studi kasus merupakan penelitian yang dilakukan terhadap objek penelitian atau sesuatu yang harus diteliti secara menyeluruh, utuh, dan mendalam.

Objek dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli ikan laut di daerah penelitian. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada tingkat kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan laut. Dalam penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan pada suatu kebetulan bertemu dengan peniliti di tempat penelitian. Menurut Margono (2004), dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui. Penelitian dilakukan selama 7 hari. Selama penelitian, peneliti menemukan sejumlah 30 responden yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada akhir bulan September. Menurut Komunitas Mancing Mania (2011), musim ikan sangat banyak terjadi ketika perubahan musim, seperti di Indonesia terjadi pada bulan September hingga Oktober dan pada bulan April hingga Mei.

1. Untuk menguji hipotesis 1 digunakan metode analisis kuantitatif dengan alat *importance and performace analysis* (IPA) dengan menggunakan skala *likert* 1 – 5 untuk pembobotan kuesioner, dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Untuk menguji hipotesis 2, digunakan uji *chi-square* dengan rumus :

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

$O_i$  = banyaknya observasi

$E_i$  = banyaknya harapan

Pada koefisien kepercayaan 95 % dan taraf nyata 0,05 maka kriteria penarikan kesimpulannya adalah :

Bila  $x^2 \text{ cari} > x^2 \text{ Tabel } (B-1)(k-1) = \text{tolak } H_0 \text{ terima } H_a$

$x^2 \text{ cari} < x^2 \text{ Tabel } (B-1)(k-1) = \text{terima } H_0 \text{ tolak } H_a$

Dimana :

$H_0$  = Harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh.

$H_a$  = Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh.

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

Customer satisfaction indeks (CSI) digunakan untuk melihat persentase kepuasan konsumen ikan laut. Adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$\text{CSI} = \frac{T}{5Y} \times 100 \%$$

Keterangan :

CSI = *Customer satisfaction index* (indeks kepuasan konsumen)

T = Total skor

Y = Total kepentingan

5 = jumlah skala likert yang digunakan

Selanjutnya hasil CSI yang didapat diubah ke dalam bentuk desimal untuk melihat tingkat kepuasan konsumen ikan laut dan terbagi dalam kriteria kepuasan konsumen menurut Aditiawarman (2000) berikut :

0,00 – 0,34 = Tidak puas

0,35 – 0,50 = Kurang puas

0,51 – 0,65 = Cukup puas

0,66 – 0,80 = Puas

0,81 – 1,00 = Sangat puas

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen**

#### **Pembobotan Kuesioner Kepentingan dan Kepuasan**

Dari 30 responden yang diberikan kuesioner, maka diperoleh hasil penilaian tingkat kepentingan konsumen bahwa sebagian besar responden menilai atribut harga dan kualitas ikan laut sangat penting, sisanya responden menilai bahwa harga dan kualitas ikan laut penting dan cukup penting. Berikut tabel penilaian kepentingan menurut konsumen :

Tabel 3. Bobot Penilaian Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Ikan Laut di Pasar Peunayong

Atribut	Kepentingan (Y)					Bobot
	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	
Harga	110	24	6	0	0	140
Perubahan Harga	90	32	12	0	0	134
Kesegaran	125	12	6	0	0	143
Rasa	105	28	6	0	0	139
Warna	100	28	9	0	0	137
Daya tahan	115	24	3	0	0	142
Ketersediaan	120	12	9	0	0	141

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Sedangkan hasil dari penilaian tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.  
Tabel 4. Bobot Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ikan Laut di Pasar Peunayong

Atribut	Kepuasan (X)					Bobot
	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	Tidak Puas	
Harga	55	36	18	4	2	115
Perubahan harga	0	8	9	34	8	59
Kesegaran	80	36	6	4	1	127
Rasa	65	44	12	2	1	124
Warna	60	52	9	2	1	124
Daya tahan	45	60	9	4	1	119
Ketersediaan	55	64	0	4	1	124

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

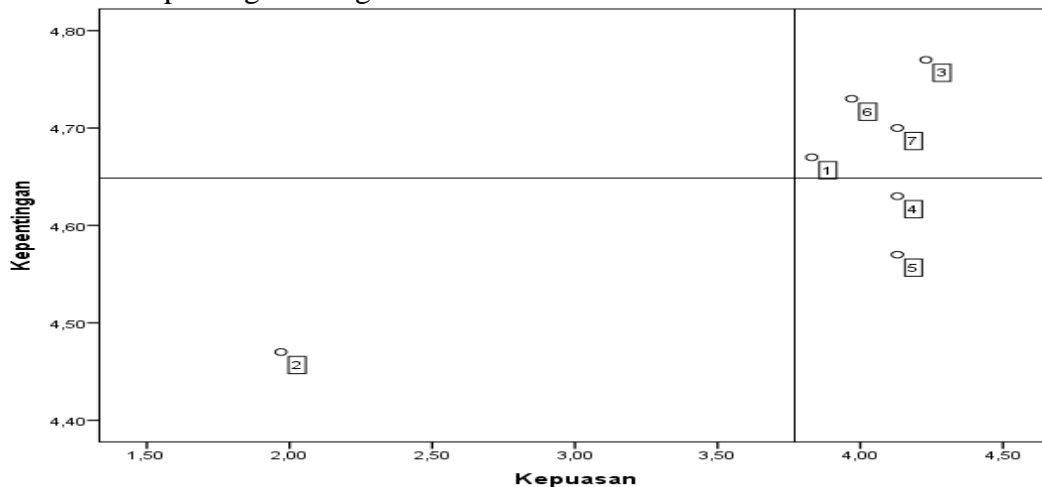
Berdasarkan Tabel 4 diatas, kepuasan konsumen cenderung beragam. Beberapa responden merasa sangat puas terhadap harga dan kualitas ikan laut yang dijual di Pasar Peunayong, sisanya responden merasa puas dan cukup puas, dan sedikit responden yang merasa kurang puas dan tidak puas. Selanjutnya, setelah pembobotan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen adalah mencari rata – rata dari nilai bobot masing – masing atribut. Nilai rata-rata  $\bar{Y}$  sebesar 4,66 dan nilai rata-rata  $\bar{X}$  sebesar 3,77. Dengan demikian, nilai tengah atau perpotongan tegak lurus kepuasan dan kepentingan konsumen dalam diagram kartesius berada pada titik 3,77 dan 4,66. Penilaian rata – rata nilai bobot setiap atribut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Kepuasan dan Kepentingan Terhadap Ikan Laut di Pasar Peunayong

Atribut	Jumlah Y	Jumlah X	$\bar{Y}$	$\bar{X}$
Harga	140	115	4,67	3,83
Perubahan harga	134	59	4,47	1,97
Kesegaran	143	127	4,77	4,23
Rasa	139	124	4,63	4,13
Warna	137	124	4,57	4,13
Daya tahan	142	119	4,73	3,97
Ketersediaan	141	124	4,7	4,13
<b>Total</b>			<b>32,59</b>	<b>29,39</b>
<b>Rata-rata</b>			<b>4,66</b>	<b>3,77</b>

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Titik koordinat diatas digunakan untuk menggambarkan diagram kartesius kepuasan dan kepentingan sebagai berikut :



**Gambar 2. Diagram *Importance and Performance Matrix* Ikan Laut di Banda Aceh**

Berdasarkan diagram diatas, maka kepuasan konsumen terhadap ikan laut di Kota Banda Aceh dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)  
Atribut yang berada pada kuadran I menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, namun kinerjanya belum memuaskan atau mengecewakan. Berdasarkan Gambar 3 diatas tidak terdapat atribut pada kuadran ini.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)  
Kuadran II menunjukkan faktor yang dianggap sangat penting dan sangat memuaskan oleh konsumen. Sehingga, faktor pada kuadran ini harus dipertahankan kinerjanya. Adapun atribut yang berada di kuadran ini adalah :
  - a. Harga  
Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Dari hasil penelitian ini, atribut harga sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen.
  - b. Kesegaran Ikan  
Kesegaran ikan merupakan salah satu faktor yang menjadi perhitungan konsumen dalam membeli ikan. Atribut kesegaran ikan sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen.
  - c. Daya tahan  
Atribut daya tahan ikan sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen.
  - d. Ketersediaan ikan  
Atribut ketersediaan ikan sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen. Konsumen merasa puas karena menganggap ketersediaan ikan sangat baik karena tetap stabil, walaupun terdapat beberapa hari hujan yang menyebabkan jumlah stok ikan menurun. Ketersediaan ikan dalam jumlah stabil dikarenakan faktor cuaca yang baik sehingga memungkinkan nelayan untuk pergi melaut.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah)  
Kuadran ini menunjukkan faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan dianggap kurang memuaskan. Adapun atribut yang berada dalam kuadran ini yaitu perubahan harga ikan yang sering terjadi. Perubahan harga ikan yang



terjadi disebabkan oleh beberapa faktor iklim seperti curah hujan, suhu, dan pancaran sinar matahari. Keadaan iklim tersebut mempengaruhi produksi ikan laut. Ketika musim hujan, nelayan memutuskan untuk tidak melaut sehingga jumlah produksi menurun dan harga ikan menjadi naik. Sebaliknya, ketika cuaca baik nelayan akan melaut sehingga produksi ikan dalam jumlah yang baik dan harga kembali normal.

#### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini menjelaskan atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen namun kinerjanya terkesan berlebihan, dengan kata lain dianggap kurang penting namun sangat memuaskan. Berdasarkan Gambar 3 diatas atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu :

##### a. Rasa

Konsumen merasa atribut rasa ikan sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen.

##### b. Warna

Konsumen merasa atribut warna ikan sangat penting bagi konsumen dan penilaian kepuasannya sangat baik bagi konsumen..

Ternyata, faktor harga, kesegaran ikan, daya tahan, dan ketersediaan ikan , menjadi faktor yang dianggap sebagai kinerja utama yang sangat penting menjadi penentu kepuasan konsumen dan dinilai konsumen sudah memuaskan, sedangkan perubahan harga yang terjadi masih belum memuaskan konsumen.

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

Setelah mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan menurut responden, langkah selanjutnya adalah menggunakan alat analisis CSI. Alat ini berfungsi untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Berikut adalah tabel skor CSI masing – masing atribut kepuasan konsumen :

Tabel 6. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Ikan Laut

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Skor
1	Harga	4,67	3,83	17,89
2	Perubahan harga	4,53	1,97	8,92
3	Kesegaran	4,76	4,23	20,13
4	Rasa	4,63	4,13	19,12
5	Warna	4,57	4,13	18,87
6	Daya tahan	4,73	3,97	18,78
7	Ketersediaan	4,7	4,1	19,27
Total		32,54		122,98

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

$$CSI = \frac{122,98}{5 \times 32,54} \times 100\% = 75,58 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan CSI yang diperoleh yaitu dengan hasil persentase sebesar 75,58 % atau sebesar 0,75 yang berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap ikan laut dalam kategori puas.

### **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Ikan Laut Segar**

Untuk melihat apakah faktor harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Pasar Peunayong dilakukan pengujian menggunakan uji chi square. Variabel keputusan (Y) menjadi variabel terikat (*dependen variabel*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independen variabel*) yaitu harga (X<sub>1</sub>)

dan kualitas produk ( $X_2$ ). Analisis ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut segar di Pasar Peunayong.

### Pengaruh Faktor Harga Terhadap Keputusan Konsumen

Harga adalah besaran dalam satuan rupiah (Rp) yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk. Berikut tabel *crosstabulation* yang didapat dari hasil uji *chi-square*.

Tabel 7. *Crosstabulation* Pada Pengaruh Faktor Harga Terhadap Keputusan Konsumen

		Keputusan Pembelian		Total
		Tidak Membeli	Membeli	
Harga	Rendah	3	9	12
	Tinggi	13	5	18
Total		16	14	30

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang memilih untuk tidak membeli ikan sebanyak 16 orang, yaitu sebanyak 3 orang memilih untuk tidak membeli ikan ketika harga rendah dan sebanyak 13 orang memilih untuk membeli ikan ketika harga tinggi. Sedangkan konsumen yang memilih untuk membeli ikan sebanyak 14 orang, yaitu sebanyak 9 orang memilih untuk membeli ikan ketika harga rendah dan sebanyak 5 orang yang memilih membeli ikan ketika harga tinggi. Artinya, sebanyak 72,2% konsumen masih menjadikan faktor harga sebagai faktor yang masih diperhatikan konsumen dan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan. Oleh karena itu, sebagian besar responden memilih untuk tidak membeli ikan apabila harga ikan sedang tinggi atau mahal. Hal ini disebabkan karena pendapatan masih menjadi faktor pembatas dalam keputusan pembelian bagi konsumen. Berikut tabel hasil uji *chi-square* pada faktor harga :

Tabel 8. Chi-Square Test Pada Pengaruh Faktor Harga Terhadap Keputusan Konsumen

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,451 <sup>a</sup>	1	,011		
Continuity Correction <sup>b</sup>	4,693	1	,030		
Likelihood Ratio	6,689	1	,010		
Fisher's Exact Test				,024	,014
Linear-by-Linear Association	6,236	1	,013		
N of Valid Cases	30				

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Berdasarkan hasil uji tes SPSS dengan menggunakan analisis uji statistik Chi Square maka pada tabel 16 diperoleh nilai  $\chi^2_{hitung}$  sebesar 6,451 sedangkan  $\chi^2_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) 1 adalah 3,84. Oleh karena  $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$  keputusan yang diambil adalah terima  $H_a$  atau dapat diketahui pula dari nilai *Asymp.Sig.* nilai *Asymp.Sig* yang diperoleh adalah 0,011 lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan. Jadi kesimpulannya, faktor harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut segar di Pasar Peunayong

### Pengaruh Faktor Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang sangat diperhatikan oleh konsumen sebelum membeli suatu produk. Berikut tabel *crosstabulation* yang didapat dari hasil uji *chi-square*. Berikut tabel *crosstabulation* yang didapat dari hasil uji *chi-square*.

Tabel 9. *Crosstabulation* Pada Pengaruh Faktor Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen

		Keputusan Pembelian		Total
		Tidak Membeli	Membeli	
Kualitas Produk	Kurang Baik	9	2	11
	Baik	7	12	19
Total		16	14	30

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang memilih untuk tidak membeli ikan sebanyak 16 orang, yaitu sebanyak 9 orang memilih untuk tidak membeli ikan ketika kualitasnya kurang baik, dan sebanyak 7 orang memilih untuk tidak membeli ikan ketika kualitasnya baik. Sedangkan konsumen yang memilih untuk membeli ikan sebanyak 14 orang, yaitu sebanyak 2 orang memilih untuk membeli ikan ketika kualitasnya kurang baik, dan sebanyak 12 orang yang memilih membeli ikan ketika kualitasnya baik. Artinya, faktor kualitas produk merupakan faktor yang masih diperhatikan konsumen dan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan. Hal ini dapat dilihat bahwa sebesar 81,8 % konsumen memilih untuk tidak membeli ikan ketika kualitasnya sedang kurang baik. Berikut tabel hasil uji *chi-square* pada faktor kualitas produk :

Tabel 10. *Chi Square* test Pada Pengaruh Faktor Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,662 <sup>a</sup>	1	,017		
Continuity Correction <sup>b</sup>	3,999	1	,046		
Likelihood Ratio	6,016	1	,014		
Fisher's Exact Test				,026	,021
Linear-by-Linear Association	5,473	1	,019		
N of Valid Cases	30				

Sumber : Data primer, 2016 (diolah)

Berdasarkan hasil uji tes SPSS dengan menggunakan analisis uji statistik Chi Square maka pada tabel diperoleh nilai  $x^2_{hitung}$  sebesar 5,662 sedangkan  $x^2_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) 1 adalah 3,84. Oleh karena  $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$  keputusan yang diambil adalah terima  $H_a$  atau dapat diketahui pula dari nilai *Asymp.Sig.* nilai *Asymp.Sig* yang diperoleh adalah 0,017 lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan. Jadi kesimpulannya, faktor kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut segar di Pasar Peunayong.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Tingkat kepuasan konsumen ikan laut di Kota Banda Aceh dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CSI sebesar 75,58 % atau 0,75. Adapun atribut yang dianggap konsumen sangat memuaskan adalah harga, kesegaran, daya tahan, dan ketersediaan ikan.

Faktor harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli ikan laut di Kota Banda Aceh yang dibuktikan dengan perolehan nilai  $x^2_{hitung}$  variabel harga sebesar 6,451 dan  $x^2_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 5,662, yang berarti  $x^2_{hitung} >$  dari  $x^2_{tabel}$  pada df 1 dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu 3,84.

Diharapkan kepada pemerintah agar dapat mengatasi perubahan harga yang sering terjadi, sehingga konsumen tidak merasa kecewa. Beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain untuk tetap menjaga jumlah stok ikan di kota Banda Aceh agar harga tidak naik. Berdasarkan hasil penelitian, faktor perubahan harga yang sering terjadi menyebabkan konsumen merasa tidak puas, dan agar pemerintah dapat menjaga kestabilan harga ikan di Kota Banda Aceh.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, B. P. 2000. *Pengukuran Tingkat Kepuasan dan Identifikasi Ketidakpuasan Pelayanan (Studi Kasus : Saving and Lending Unit Sucofindo)*. Skripsi Departemen Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- BPS. 2015. *Banda Aceh Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. 2016. *Statistika Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Guba, E. G., dan Lincoln, Y. S. 1985. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills. Sage Publication.
- Hawkins, dan Lonney. 2003. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Terhadap Merk Pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya*. Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Universitas Negeri Malang. Malang.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Mediaaceh.co. 2016. <http://mediaaceh.co/news/harga-ikan-di-banda-aceh-mulai-turun-kecuali-bandeng-10949/>. Diakses pada 24 September 2016.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. 2016. *Berita Analisis Angka Konsumsi Ikan 2010 – 2015*. <http://statistik.kkp.go.id/sidatikdev/Berita/Analisis%20Angka%20Konsumsi%20Ikan%202010-2015.pdf>. Diakses pada 22 Desember 2016.
- Khomsan, A., dan Anwar, F. 2004. *Manfaat Omega-3, Omega-6, dan Omega-9 dalam Peranan Pangan dan Gizi untuk Kualitas Hidup*. PT. Gramedia Widiasarana. Jakarta.
- Komunitas Mancing Mania. 2011. *Pengaruh Fase Bulan Untuk Mancing*. <http://komunitasmancinggie.blogspot.co.id/2011/11/blog-post.html?m=1>. Diakses Pada 22 Desember 2016.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT.Prenhallindo. Jakarta.
- Suprpto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.