

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ikan Di Tpi Pasar Bawah, Kota Manna, Bengkulu Selatan

Satria Yosa Putra ¹⁾; Herri Fariadi ²⁾; Ririn Afriani ³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: Satriayosap@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [02 Juli 2026]

Revised [19 Oktober 2026]

Accepted [21 Oktober 2026]

KEYWORDS

Purchasing Decision, Price, Product Quality, Product Diversity, Fish Auction Market.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian ikan serta menganalisis pengaruh harga, pendapatan, kualitas produk, kebiasaan keluarga, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah Kecamatan Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian ikan berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,653. Secara simultan maupun parsial, variabel harga, pendapatan, kualitas produk, kebiasaan keluarga, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,677 menunjukkan bahwa 67,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model penelitian.

ABSTRACT

This study aims to determine the level of fish purchasing decisions and analyze the effects of price, income, product quality, family habits, and product diversity on purchasing decisions at the Pasar Bawah Fish Auction Market, Kota Manna District, South Bengkulu Regency. This research employed a quantitative descriptive approach. Data were collected through questionnaires distributed to 50 respondents and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that the level of fish purchasing decisions is high, with an average score of 3.653. Simultaneously and partially, price, income, product quality, family habits, and product diversity have significant effects on purchasing decisions. Product quality is the most dominant factor influencing purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.677 indicates that 67.7% of the variation in purchasing decisions is explained by the variables included in the research model.

PENDAHULUAN

Provinsi Bengkulu merupakan daerah pesisir dengan potensi sumber daya perikanan yang besar. Sektor perikanan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat serta mendukung ketahanan pangan daerah. Konsumsi ikan memberikan manfaat gizi yang tinggi dan menjadi salah satu indikator kondisi sosial ekonomi serta keberhasilan pembangunan di bidang pangan dan kesehatan (Fauzi, 2023; Rahma, 2024; Suryana, 2019).

Tempat Pelelangan Ikan (TPI) memiliki peran strategis sebagai pusat pendaratan, pemasaran, dan pembentukan harga ikan. Mekanisme transaksi di TPI memengaruhi harga jual hasil tangkapan nelayan, pendapatan pelaku usaha, serta efisiensi rantai pasok perikanan (Setiawan & Wardani, 2014). Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam membeli ikan menjadi penting bagi pengembangan pemasaran produk perikanan.

Keputusan pembelian merupakan tahap akhir ketika konsumen memilih produk setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif (Andrian, 2022; Kotler & Armstrong dalam Arfah, 2022). Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, pendapatan, kualitas produk, lokasi, pelayanan, serta faktor psikologis dan sosial budaya, termasuk kebiasaan konsumsi, persepsi terhadap kualitas, dan pengalaman pembelian.

TPI Pasar Bawah Kecamatan Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan merupakan salah satu pusat pemasaran ikan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, pedagang masih menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga, ketidakpastian kualitas ikan, perubahan preferensi konsumen, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap aspek kesehatan dan mutu pangan. Kondisi tersebut menjadikan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah penting dilakukan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan

LANDASAN TEORI

Konsumen

Konsumen secara umum adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhannya, orang lain maupun makhluk hidup lain, untuk berbagi kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali (Kuahaty, 2021).

Perilaku Konsumen

Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh (Engel et al 1994 dalam Umar Husein, 2000) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.

Keputusan Pembelian

Shiffman dan Kanuk (2007), mengemukakan proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor usaha pemasaran perusahaan (produk, promosi, harga dan saluran distribusi) dan faktor sosial budaya (keluarga, sumber informasi, sumber nonkomersial, kelas sosial, budaya dan sub-budaya). (Shiffman, 2007) .

Konsumsi Ikan

Konsumsi ikan merupakan salah satu aspek penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Ikan memiliki jumlah protein tinggi dibandingkan makanan hewani lain. Menurut Andhikawati et al., 2021 Protein yang ada dalam daging ikan mempunyai asam amino esensial yang lengkap sehingga mudah dicerna oleh tubuh (Andhikawati, 2021). Ikan juga kaya akan mineral seperti kalsium, fosfor yang dibutuhkan tubuh sebagai pembentukan tulang, dan zat besi yang berguna untuk pembentukan hemoglobin dalam darah. Terris, et.al., (2018) menemukan bahwa produk berbahan dasar ikan mengandung mineral penting yang dibutuhkan tubuh, antara lain mineral, vitamin A, D, E, B12, dan taurin (Inara, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksplanatori. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah Kecamatan Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan, sedangkan pendekatan eksplanatori digunakan untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan, kualitas produk, kebiasaan keluarga, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian ikan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di TPI Pasar Bawah, Kecamatan Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran TPI Pasar Bawah sebagai pusat transaksi ikan utama di wilayah tersebut, serta tingginya ketergantungan masyarakat setempat terhadap ikan sebagai sumber protein utama. Penelitian dilakukan pada Tanggal 1 Januari 2026 sampai dengan 30 Januari 2026.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari konsumen melalui penyebaran kuesioner, observasi lapangan, dan wawancara dengan informan terkait, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, dokumen, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, observasi terhadap kondisi dan aktivitas di TPI Pasar Bawah, serta wawancara untuk memperoleh informasi pendukung mengenai kondisi lokasi penelitian

Metode Penentuan Responden

Responden ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria konsumen yang membeli ikan untuk konsumsi rumah tangga, berusia minimal 18 tahun, dan bersedia menjadi responden. Jumlah sampel sebanyak 50 responden, yang ditetapkan berdasarkan pedoman Hair et al. (1998), yaitu 10 kali jumlah variabel independen yang diteliti.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif menggunakan skala Likert untuk menggambarkan tingkat keputusan pembelian. Selanjutnya dilakukan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilengkapi dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Seluruh analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Analisis Deskriptif dan Skala Likert

Digunakan untuk menjawab Rumusan Masalah No. 1 (Bagaimana tingkat keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah, Kecamatan Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan). Data yang diperoleh dari kuesioner diukur menggunakan Skala Likert 5 Poin untuk mendapatkan data interval dengan ketentuan bobot sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu / Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data Peneliti, (2022)

Untuk menentukan kategori tingkat keputusan pembelian atau persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian, digunakan analisis rentang skala (interval) dengan rumus:

$$RS = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Kriteria Penilaian Mean (Rata-rata):

- 1,00 – 1,80: Sangat Rendah / Sangat Tidak Baik
- 1,81 – 2,60: Rendah / Tidak Baik
- 2,61 – 3,40: Sedang / Cukup Baik
- 3,41 – 4,20: Tinggi / Baik
- 4,21 – 5,00: Sangat Tinggi / Sangat Baik

Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk menguji hipotesis mayor dan minor (Rumusan Masalah No. 2), yaitu pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen terhadap Keputusan Pembelian Ikan. Model yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Ikan

a = Konstanta

X_1 = Harga

X_2 = Pendapatan Konsumen

X_3 = Kualitas Produk

X_4 = Kebiasaan Keluarga

X_5 = Keragaman Produk

$b_1 - b_5$ = Koefisien regresi

e = *Error term* (variabel lain yang tidak diteliti)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Geografis

Kecamatan Kota Manna merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Bengkulu Selatan yang secara geografis berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. TPI (Tempat Pelelangan Ikan) Pasar Bawah merupakan jantung ekonomi perikanan bagi masyarakat lokal. Secara administratif, TPI ini terletak di Kelurahan Pasar Bawah. Lokasi ini bukan sekadar tempat transaksi, melainkan simbol budaya pesisir masyarakat Manna.

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 50 responden yang merupakan konsumen aktif di TPI Pasar Bawah. Data karakteristik responden penting untuk memahami latar belakang psikografis dan demografis yang mendasari pengambilan keputusan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20-29 Tahun	10	20%
2	30-39 Tahun	19	38%
3	40-49 Tahun	14	28%
4	>50 Tahun	7	14%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Penelitian di TPI Pasar Bawah

Berdasarkan Tabel diatas dapat kita lihat ahwa mayoritas responden berada pada usia produktif (30–50 tahun). Hal ini mengindikasikan bahwa pengambil keputusan dalam rumah tangga untuk urusan pangan adalah kelompok dewasa yang memiliki kematangan dalam menilai kualitas dan harga produk.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	14	28%
2	Perempuan	36	72%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Penelitian di TPI Pasar Bawah

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 72% responden adalah perempuan (Ibu Rumah Tangga). Hal ini mempertegas teori pemasaran bahwa dalam ekonomi rumah tangga, perempuan memegang peranan krusial sebagai *gatekeeper* atau pengambil keputusan utama dalam pemilihan bahan pangan keluarga.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan per Bulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rp 1.000.000-Rp 2.500.000	9	18%
2	Rp 2.500.001-Rp 3.500.000	13	26%
3	Rp 3.500.001-Rp 4.500.000	16	32%
4	Rp 4.500.001-Rp 5.500.000	7	14%
5	>Rp 5.500.001	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Penelitian di TPI Pasar Bawah

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa tingkat pendapatan responden di TPI Pasar cukup bervariasi, mulai dari masyarakat berpendapatan rendah hingga menengah ke atas (PNS dan pengusaha lokal). Hal ini menunjukkan bahwa TPI Pasar Bawah adalah pasar yang inklusif, di mana seluruh lapisan sosial menganggap TPI sebagai tempat terbaik untuk mendapatkan ikan segar dibandingkan pasar modern atau supermarket.

Pembahasan

Tingkat Keputusan Pembelian Ikan di TPI Pasar Bawah

Berdasarkan analisis deskriptif menggunakan skala Likert yang telah dilakukan, tingkat keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah berada pada kategori Tinggi/Baik dengan rata-rata skor 3,653. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di wilayah Kecamatan Kota Manna memiliki kemantapan yang kuat dalam memilih TPI Pasar Bawah sebagai lokasi utama pemenuhan kebutuhan protein hewani mereka.

Tingginya tingkat keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh karakteristik responden yang didominasi oleh perempuan (72%) pada usia produktif (30-49 tahun). Sebagai pengambil keputusan utama dalam rumah tangga (*gatekeeper*), kelompok ini cenderung memiliki standar yang jelas dalam evaluasi alternatif. Keputusan mereka untuk membeli di TPI ini bukan sekadar rutinitas, melainkan hasil dari proses mental yang rasional (mempertimbangkan kualitas dan harga) sekaligus irasional (faktor loyalitas dan interaksi sosial di TPI).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 19,842 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga (X1), Pendapatan (X2), Kualitas Produk (X3), Kebiasaan Keluarga (X4), dan Keragaman Produk (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kelima variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel Y dapat diterima.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Variabel Harga (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,983 dengan tingkat signifikansi 0,005. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Y. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin sesuai atau terjangkau harga yang ditetapkan, maka akan meningkatkan nilai variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan atau perilaku konsumen.

Variabel Pendapatan (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,441 dengan signifikansi 0,018. Hasil ini menunjukkan bahwa Pendapatan juga berpengaruh signifikan terhadap Y. Koefisien regresi yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan peningkatan pada variabel Y. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa daya beli konsumen sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan yang dimiliki.

Variabel Kualitas Produk (X3) memiliki nilai t hitung terbesar yaitu 3,152 dengan tingkat signifikansi 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Y. Koefisien regresi yang paling besar dibandingkan variabel lainnya memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas produk akan memberikan dampak paling signifikan terhadap peningkatan Y. Secara teoritis, kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas konsumen, sehingga wajar apabila variabel ini menjadi faktor yang paling kuat pengaruhnya.

Variabel Kebiasaan Keluarga (X4) juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,011. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lingkungan keluarga memiliki peran dalam membentuk keputusan atau perilaku yang berkaitan dengan variabel Y. Kebiasaan yang terbentuk dalam keluarga dapat memengaruhi preferensi, pola konsumsi, maupun keputusan pembelian secara berkelanjutan.

Selanjutnya, variabel Keragaman Produk (X5) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006, yang berarti berpengaruh signifikan terhadap Y. Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan produk yang tersedia, maka semakin tinggi kecenderungan peningkatan variabel Y. Keragaman produk memberikan alternatif bagi konsumen dan meningkatkan kemungkinan terjadinya keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang tidak signifikan. Semua variabel memiliki kontribusi nyata terhadap variabel dependen. Selain itu, seluruh koefisien regresi bernilai positif, yang berarti hubungan yang terjadi bersifat searah. Dengan demikian, peningkatan pada Harga yang sesuai, Pendapatan, Kualitas Produk, Kebiasaan Keluarga, dan Keragaman Produk akan meningkatkan variabel Y.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, kelima variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y, dengan Kualitas Produk sebagai variabel yang paling dominan. Model penelitian ini dapat dikatakan layak dan kuat untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian ikan di TPI Pasar Bawah, Kecamatan Kota Manna, berada pada kategori tinggi. Secara simultan maupun parsial, variabel harga, pendapatan, kualitas produk, kebiasaan keluarga, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas produk sebagai faktor yang paling dominan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,677 menunjukkan bahwa 67,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut, sedangkan 32,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Saran

Pelaku usaha disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas produk, menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, menyediakan variasi produk yang beragam, serta menerapkan strategi pemasaran yang memperhatikan kebiasaan keluarga. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas jumlah sampel dan menambahkan variabel lain, seperti promosi, lokasi, citra merek, kualitas pelayanan, faktor psikologis konsumen, atau digitalisasi harga, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhikawati, A., Junianto, J., Permana, R., & Oktavia, Y. (2021). Komposisi Gizi Ikan Terhadap Kesehatan Tubuh Manusia. *Marinade*, 4(02), 76-84.
- Inara, C. (2021). Manfaat asupan gizi ikan laut untuk mencegah penyakit dan menjaga kesehatan tubuh bagi masyarakat pesisir. *Kalwedo Sains*, 1(2), 92-95.
- Kuahaty, S. S., Berlianty, T., Pesulima, T. L., Balik, A., & Lesnussa, M. (2021). Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah. *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum*, 1(2), 63.
- Rahma, A. A., Nurlaela, R. S., Meilani, A., Saryono, Z. P., & Pajrin, A. D. (2024). Ikan Sebagai Sumber Protein dan Gizi Berkualitas Tinggi Bagi Kesehatan Tubuh Manusia. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3132–3142. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12341>
- Shiffman, Leon G and Kanuk, Leslie, Laser, 2007, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh, Indeks, Jakarta.
- Suryana, E. A., Martianto, D., & Baliwati, Y. F. (2019). Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan Sumber Protein Hewani di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.21082/akp.v17n1.2019.1-12>
- Terris, C., Smástuen, M. C., & Molin, M. (2018). Nutrients in fish and possible associations with cardiovascular disease risk factors in metabolit syndrome, *Nutrients*, 10(7), 952.