

**SIFAT KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BANDENG
DURI LUNAK DI TOKO BANDENG JUWANA KOTA SEMARANG**

TESIS

Oleh

GARY YEFTA HERBETH SIAGIAN



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2016**

**SIFAT KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BANDENG
DURI LUNAK DI TOKO BANDENG JUWANA KOTA SEMARANG**

Oleh

GARY YEFTA HERBETH SIAGIAN

NIM : 23010314410001

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Sain
pada Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : **SIFAT KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BANDENG
DURI LUNAK DI TOKO BANDENG
JUWANA KOTA SEMARANG**

Nama Mahasiswa : **GARY YEFTA HERBETH SIAGIAN**

Nomor Induk Mahasiswa : **23010314410001**

Program Studi : **MAGISTER AGRIBISNIS**

Telah disidangkan di Hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si

Dr. Ir. Tri Winarni Agustini, M.Sc

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis

Ketua Departemen Pertanian

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Ir. Didik Wisnu Widjajanto, M.Sc. Ph.D.

Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian

Prof. Dr. Ir. Mukh Arifin, M.Sc.

PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelas Magister dari Program S2 Agribisnis seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelas S2 dari Universitas Diponegoro Semarang maupun universitas lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Tesis berjudul : Sifat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Di Toko Bandeng Juwana Kota Semarang.
2. Saya juga mengakui bahwa karya akhir ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari dosen pembimbing saya yaitu :
 - Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si
 - Dr. Ir. Tri Winarni Agustini, M.Sc

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Semarang, Desember 2016

Gary Yefta Herbeth Siagian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul: “Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Di Toko Bandeng Juwana Kota Semarang”.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Mukson, M.S., selaku ketua Program studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian dan Pertanian Universitas Diponegoro.
2. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si dan Dr. Ir. Tri Winarni Agustini, M.Sc, selaku dosen pembimbing utama dan dosen pembimbing anggota yang telah memberikan masukan dan koreksi tesis.
3. Dr. Ir. Bambang Mulyanto Setiawan, M.S dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S, tim penguji yang telah memberikan saran perbaikan tesis.
4. Papa dan Mama yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan perhatian serta dukungan yang tiada batasnya.
5. Kakak-kakakku yaitu : Mia Siagian, S.Pd, Poltak Siagian, SH, Sisca Siagian, SH, dan drh. Tetty Siagian, selalu memberikan dukungan yang luar biasa.
6. dr. Daniel Nugroho dan ci Eva yang membantu dalam proses penulisan tesis.
7. Seluruh dosen dan staf Magister Agribisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan bantuan semasa menempuh pendidikan
8. Seluruh jajaran Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar (UTU) Aceh atas bantuan dalam penulisan artikel.
9. Seluruh instansi dan konsumen bandeng duri lunak di Toko Bandeng Juwana yang telah membantu dalam proses penulisan penelitian tesis.
10. Teman-teman Program Doktor Institut Pertanian Bogor (IPB) Mayor Ilmu Ekonomi Pertanian Angkatan 49, atas dukungan yang sangat luar biasa.

11. Seluruh jajaran Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA) Banten atas dukungan yang sangat luar biasa.
12. Pastor Dr. Ir. Niko atas doa yang luar biasa dan seluruh teman-teman “KOMSEL COOL” GBI BETHANY atas doa yang luar biasa.
13. Teman-teman Magister Agribisnis Universitas Diponegoro yang memberikan dorongan dan semangat dalam penyelesaian studi.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Semarang, Desember 2016

Gary Yefta Herbeth Siagian

NIM.23010314410001

RINGKASAN

GARY YEFTA HERBETH SIAGIAN. 23010314410001. SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BANDENG DURI LUNAK DI TOKO BANDENG JUWANA KOTA SEMARANG. PEMBIMBING: WILUDJENG ROESSALI dan TRI WINARNI AGUSTINI.

Toko Bandeng Juwana (TBJ) adalah salah satu toko pusat oleh-oleh makanan khas Semarang. Permintaan akan produk olahan seperti bandeng duri lunak paling tinggi dibandingkan dengan produk olahan bandeng lainnya toko ini. Sikap (*attitude*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen pembelian bandeng duri lunak. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Tujuan dari penelitian ini adalah (1). menganalisis sikap konsumen terhadap atribut bandeng duri lunak, (2) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bandeng duri lunak, (3) tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut bandeng duri lunak di Toko Bandeng Juwana Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan *kuota sampling* dengan metode survei, pengambilan sampel ditentukan secara *purposive* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan menggunakan kuisioner. Pengolahan data Fishbein, MIPA, dan CSI menggunakan *microsoft excel* versi 2007, sedangkan untuk regresi linier berganda menggunakan program SPSS 16.

Hasil Penelitian menunjukkan konsumen memiliki sikap positif terhadap atribut bandeng duri lunak dengan nilai skor 19,52. Untuk atribut harga, konsumen menilai sangat positif. Sedangkan untuk atribut lainnya seperti kualitas, tampilan, ketersediaan (*stock*), keamanan pangan dan kemasan, konsumen menilai positif. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembelian bandeng duri lunak yaitu : pekerjaan, pendidikan dan pendapatan, untuk faktor jenis kelamin usia, dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan. Untuk faktor lainnya, konsumen setuju berbelanja di TBJ sangat nyaman sebesar 72%, konsumen tidak setuju akan promosi yang ada di TBJ sebesar 60%. Walaupun ada persaingan antar toko, konsumen tetap membeli di TBJ sebesar 61%, pelayanan toko di TBJ sangat baik, konsumen setuju sebesar 71%, dan pengiriman produk dengan baik, konsumen setuju sebesar 57%. Pada tingkat kepuasan konsumen bandeng duri lunak di TBJ yaitu konsumen merasa puas sebesar 0,72. untuk tingkat kepentingan atribut yaitu pada kuadran I, konsumen menilai keamanan pangan masuk kedalam kriteria prioritas utama, Pada kuadran II, konsumen menilai harga masuk kedalam kriteria pertahankan prestasi. Untuk kuadran III, konsumen menilai ketersediaan (*stock*), kemasan dan kualitas sebesar masuk ke dalam kriteria prioritas rendah. dan untuk kuadran IV, konsumen menilai tampilan masuk kedalam kriteria kuadran berlebihan.

SUMMARY

GARY YEFTA HERBETH SIAGIAN.23010314410001.THE CONSUMER ATTITUDE TOWARD DECISION TO PURCHASE SOFTBONE MILKFISH AT JUWANA MILKFISH STORE AT SEMARANG CITY.SUPERVISIED BY:WILUDJENG ROESSALI and TRI WINARNI AGUSTINI.

Juwana Milkfish store is one of the center souvenir shop selling many typical food from Semarang City. The demand softbone milkfish so higher than other typical food products in the store. The consumer attitude is important factors that determine consumers decision to purchase buying milkfish softbone. Attitude concept is related to belief and behaviour concept. The aim of research are (1). To analyze consumer attitude toward softbone milkfish atribute. (2). To know the factors which influences buyer attitude toward decision of purchase of softbone milkfish, (3). To study on satifaction toward attributes's of softbone milkfish at Juwana milkfish shop in Semarang City.

The study using survey method, in which quota sampling was determine through purposive. Total used are 100 respondences. Primer data are collected by observation and interview by using questionairy's, Fishbein data cultivation, MIPA, CSI using Microsoft Excel 2007, whereas for multiple liner regresion analysis using SPSS16 program.

The result are performed each attribute of softbone milkfish. Based on statistical analysis on consumer attitude showed positif respons of 19,52. For price attribute showed positif. Whereas for after attributes such as quality, performance, stock, food safety, packaging also showed positif respons. The Factors to predispose attitude customer for the buyer milkfish softbone is job. and income, for the factors gender, age, education, and location no significantly.for the factors other, customer agree to shopping in milkfish softbone Juwana Store very confident of 72, customer no agree for promotion in milkfish softbone Juwana store of 60. While, customer in the competitor inter store, customer still buyer in milkfish softbone juwana store of 61,the service store in milkfish softbone very good, customer agree of 71, and sending the product very good, customer agree of 57. The level satisfaction customer milkfish softbone in TBJ is customer very satisfied of 0,72. For, the level important attribute is Quadran 1, customer give estimate safety food into priority criteria, For, Quadran II, customer give estimate price into keep up with the good work. For, Quadran III, customer give estimate stock, covered, quality into low criteria. And for Quadran IV, to performance the buyers give estimed into possibly overskill.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	v
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	4
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1.Asal Usul Ikan Bandeng (<i>Chanos-chanos</i>).....	7
2.2.Pengertian Agribisnis.....	8
2.3.Potensi Perikanan di Jawa Tengah.....	9
2.4.Bandeng Duri Lunak.....	11
2.5.Pemasaran.....	13
2.6.Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	15
2.7.Sikap Konsumen.....	16

2.8.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Stimulasi Sikap	
Konsumen.....	18
2.9.Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
2.10. Kepuasan Konsumen.....	22
2.11. Atribut Produk.....	24
2.12. Penelitian Terdahulu.....	25
2.13. Kerangka Konsep Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1.Metode Penelitian.....	30
3.2.Lokasi Penelitian.....	30
3.3.Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.4.Besarnya Sampel.....	31
3.5.Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6.Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.Metode Pengolahan Data.....	32
3.7.1. Metode Analisis Deskriptif.....	32
3.7.2. Pengujian Instrumen.....	33
3.7.3. Multiatribut Fishbein.....	34
3.7.4. Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.5. Metode <i>Important Performance Analysis</i> (IPA).....	39
3.7.6. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	43
3.8.Definisi Operasional.....	45
3.9.Indikator Atribut Bandeng Duri Lunak.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1.Gambaran Umum Toko Bandeng Juwana.....	48
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Toko Bandeng Juwana.....	48
4.1.2. Struktur Organisasi Toko Bandeng Juwana.....	49

4.2.Keadaan Umum Responden.....	49
4.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	49
4.2.2. Usia Responden.....	50
4.2.3. Jenis Pekerjaan Responden.....	51
4.2.4. Pendidikan Responden.....	51
4.2.5. Pendapatan Responden.....	52
4.3.Proses Pembelian dan Pengambilan Keputusan Pembelian BandengDuri Lunak.....	54
4.3.1. Proses Pembelian Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	54
1. Tingkat Konsumsi Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	54
4.3.2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Bandeng Duri Lunak.....	55
1. Pengenalan Kebutuhan.....	54
2. Pencarian Informasi.....	56
3. Evaluasi Alternatif.....	57
4. Keputusan Pembelian.....	58
5. Evaluasi Pasca Pembelian.....	58
4.4.Uji Instrumen.....	59
4.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Sikap Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	59
4.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	.61
4.5.Hasil Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Bandeng Duri Lunak.....	.63
4.5.1. Komponen Tingkat Kepercayaan.....	63
4.5.2. Komponen Tingkat Evaluasi.....	64
4.5.3. Sikap Konsumen terhadap Atribut Bandeng Duri Lunak.....	65
4.6.Hasil Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Membeli Bandeng DuriLunak.....	69

4.6.1. Uji Normalitas Residual.....	.72
4.6.2. Uji Multikolinieritas.....	72
4.6.3. Uji Autokorelasi.....	72
4.6.4. Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.6.5. Koefisiensi Determinasi (R^2).....	73
4.6.6. Analisis Regresi Simultan.....	73
4.6.7. Analisis Regresi Secara Parsial.....	73
4.7.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak.....	74
4.8.Hasil Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Membeli Bandeng Duri Lunak.....	76
4.8.1. Hasil Metode <i>Important Performance Analysis</i> (IPA).....	76
4.8.2. Hasil <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1.Simpulan.....	85
5.2.Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	156

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penjualan Produk Olahan Bandeng Presto Bulan Mei-September di Tahun 2015 dan 2016.....	3
2. Toko Bandeng Di Jalan Pandanaran Berdasarkan Klasifikasi Harga.....	3
3. Perkembangan Budidaya Ikan Bandeng Tahun 2011-2013.....	10
4. Produksi Perikanan Tambak Di Kota Semarang Tahun 2011-2016.....	11
5. Ciri-ciri Ikan Segar yang Bermutu Tinggi Maupun yang Bermutu Rendah (SNI No. 01-2729.1-2013).....	12
6. Jumlah Karyawan Olahan Bandeng Duri Lunak Di Jalan Pandanaran Kota Semarang.....	30
7. Kategori Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Evaluasi.....	36
8. Kategori Nilai Sikap Terhadap Atribut Secara Keseluruhan.....	37
9. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Atribut Bandeng Duri Lunak.....	37
10. Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	45
11. Indikator Atribut Bandeng Duri Lunak.....	47
12. Hasil Data Responden Toko Bandeng Juwana Duri Lunak.....	53
13. Rata-Rata Pembelian Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	54
14. Rata-Rata Frekuensi Pembelian Bandeng Duri Lunak.....	55
15. Sebaran Jumlah dan Persentase Respoden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Bandeng Duri Lunak.....	56
16. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden yang Mempengaruhi	

Pembelian Bandeng Duri Lunak.....	57
17. Sebaran Jumlah dan Persentase Evaluasi Alternatif Dalam Memilih Produk Olahan Bandeng	58
18. Uji Validitas Instrumen Sikap Konsumen Bandeng Duri Lunak...	60
19. Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen Duri Lunak.....	62
20. Nilai Tingkat Kepercayaan (bi) dan Kategori Pelaksanaan Atribut Bandeng Duri Lunak.....	64
21. Nilai Tingkat Evaluasi (ei) dan Kategori Kepentingan Pelaksanaan Atribut Bandeng Duri Lunak.....	65
22. Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Bandeng Duri Lunak.....	67
23. Distribusi Sampel Berdasarkan Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Evaluasi.....	68
24. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Membeli Bandeng Duri Lunak.....	71
25. Tingkat Kinerja Perusahaan dan Kepentingan Pelanggan Atribut Bandeng Duri Lunak.....	77

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
2. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	23
3. Kerangka Konsep Pemikiran.....	29
4. Diagram Kartesius <i>Important Performance Analysis</i> (IPA).....	43
5. Diagram Kartesius Atribut yang Menjadi Daya Tarik Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	93
2. Struktur Organisasi Toko Bandeng Juwana.....	101
3. Hasil Perhitungan Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	102
4. Hasil Perhitungan Rata-Rata Kinerja Perusahaan dan Kepentingan Pelanggan 6 Atribut Bandeng Duri Lunak.....	103
5. Hasil <i>Mean Satisfaction Score</i> (MSS) dan <i>Mean Important Score</i> (MIS).....	104
6. Hasil Rata-Rata Kinerja Perusahaan dan Kepentingan Pelanggan dan Atribut Bandeng Duri Lunak.....	105
7. Hasil <i>Weight Score</i> (WS) Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Bandeng Duri Lunak.....	106
8. Hasil <i>Weight Factors</i> (WF) Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Bandeng Duri lunak.....	107
9. Hasil Tingkat Kesesuaian Atribut Bandeng Duri Lunak.....	108
10. Hasil <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	109
11. Hasil Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak.....	110
12. Hasil Dokumentasi Bandeng Duri Lunak Di TBJ.....	111
13. Hasil Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Bandeng Duri Lunak.....	113
14. Hasil Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Bandeng Duri Lunak.....	119
15. Uji Validitas Sikap dan Kepuasan Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	124

16. Hasil Output Regresi Linier Berganda.....	131
17. Uji Reliabilitas Sikap dan Kepuasan Konsumen Bandeng Duri Lunak.....	136
18. Data Frekuensi Pembelian Bandeng Duri Lunak Di TBJ.....	137
19. Data Jumlah Pembelian Konsumen Bandeng Duri Lunak Di TBJ.....	142
20. Data Responden Bandeng Duri Lunak.....	147