

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN PADA KONSUMEN OLAHAN LELE DI DIY

Fitri Febriantika¹, Didik Purwadi², Jumeri²

ABSTRAK

DIY merupakan salah satu provinsi yang memiliki tingkat konsumsi ikan terendah di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya budaya makan ikan, kurangnya pemahaman masyarakat akan manfaat ikan, dan adanya persepsi negatif masyarakat tentang ikan. Perikanan di DIY didominasi oleh perikanan budidaya. Salah satu ikan budidaya yang mudah didapatkan, mudah diolah, dan dikenal masyarakat adalah ikan lele. Walaupun demikian, berdasarkan hasil survei pendahuluan didapatkan hasil bahwa mengonsumsi ikan lele belum menjadi kebiasaan. Untuk itu diperlukan diversifikasi produk untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap ikan lele. Agar produk dapat diterima konsumen, maka diperlukan informasi mengenai perilaku pembelian konsumen olahan lele di DIY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan karakteristik konsumen olahan lele, mengukur signifikansi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi, mengukur besarnya indikator pada faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan menyusun usulan strategi peningkatan kebiasaan mengonsumsi ikan lele. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software LISREL. Jumlah responden yang digunakan adalah 251 responden dengan metode *purposive sampling*. Variabel laten yang digunakan meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, dan keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini adalah konsumen olahan lele di DIY didominasi oleh mahasiswa/ pelajar wanita yang mengonsumsi olahan lele minimal seminggu sekali. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan adalah faktor pribadi dengan indikator yang berpengaruh paling besar adalah adanya pemahaman akan manfaat dan gizi ikan lele dan faktor budaya dengan indikator yang berpengaruh paling besar adalah kebiasaan mengonsumsi ikan lele dari kecil. Kemudian faktor sosial dan psikologi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian olahan lele di DIY.

Kata kunci: *faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial, ikan lele, keputusan pembelian, SEM*

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

ANALYSIS FACTOR THAT INFLUENCE CUSTOMER BUYING BEHAVIOR OF CATFISH'S PRODUCTS IN DIY

Fitri Febriantika¹, Didik Purwadi², Jumeri²

ABSTRACT

The Special Region of Yogyakarta (DIY) is one of the provinces in Indonesia which has the lowest fish consumption level. This is caused by there is no culture of eating fish, lack of understanding the benefit of fish, and there are some negative perceptions of fish in society. To increase interest in fish consumption in the DIY society, diversification of processed fish products is needed. Fisheries in DIY are dominated by aquaculture. One of the aquaculture fish that is easy to obtain, easy to process, and known to the public is catfish. However, based on the results of the preliminary survey, it is known that eating catfish has not become a habit. To increase the level consumption of catfish, information is needed about the consumer buying behavior of catfish processed in DIY. The purpose of this research is describing the consumer characteristics of catfish processing, measuring the significance of cultural, social, personal, and psychological factors, measuring the magnitude of indicators on factors that significantly influence purchasing decisions, and proposing strategies to increase catfish consumption habits. Data analysis using descriptive analysis method and Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL software. The number of respondents used was 251 respondents with purposive sampling method. The latent variables used include cultural, social, personal, psychological, and purchasing decisions. According to the result of respondent characteristics, the catfish consumer in DIY is dominated by female students who are consuming catfish once a week. The results of the hypothesis test show that the factors that have a significant effect are the personal factors with the most influential indicators is the understanding of the benefits and nutrition of catfish and cultural factors with the most influential indicator is the habit of eating small catfish. Whereas social and psychological factors do not have a significant effect on purchasing decisions for catfish processing in DIY.

Keywords: catfish, cultural factor, personal factor, psychological factor, social factor, SEM, the decision of purchasing,

¹Student of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada

²Lecturer of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada