

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IKAN PATIN DI PASAR KODIM KECAMATAN SENAPELAN KOTA PEKANBARU

Marisi Enjelina Panjaitan<sup>1)</sup>, Dedi Zargustin<sup>2)</sup>, Asgami Putri<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Pertanian Universitas Lancang Kuning

Jalan Yos Sudarso Km.8 Rumbai Kota Pekanbaru

Email: [marisipanjaitan@gmail.com](mailto:marisipanjaitan@gmail.com) ; [dedizargustin@unilak.ac.id](mailto:dedizargustin@unilak.ac.id) ; [asgami@unilak.ac.id](mailto:asgami@unilak.ac.id)

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru dan mengetahui variabel-variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.*

*Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive), yaitu di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling. Sampel yang diambil berjumlah 100 orang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan perangkat lunak SPSS (Statistical Product and Service Solution) 22*

*Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Ketiga faktor tersebut adalah faktor harga menjelaskan data sebesar 25,11% varians ke-10 variabel, Faktor tempat menjelaskan data sebesar 14,123% varians ke-10 variabel dan Faktor produk menjelaskan data sebesar 12,687% varians ke-10 variabel. Sementara ini variabel-variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru pada masing-masing faktor adalah variabel harga ikan patin pada faktor harga, variabel jarak pasar pada faktor tempat dan variabel kandungan gizi pada faktor produk.*

**Kata Kunci:** *Perilaku Konsumen, Ikan Patin, Analisis Faktor*

### I PENDAHULUAN

Untuk memenuhi kebutuhan protein, sektor perikanan memegang peranan penting karena ikan adalah salah satu protein hewani yang relatif mudah diperoleh dan murah harganya. Jenis ikan yang dipasarkan digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu ikan hasil perikanan dalam keadaan segar dan ikan dalam bentuk olahan. Yang termasuk kedalam ikan segar dapat berupa ikan air laut ataupun ikan air tawar. Adapun beberapa jenis ikan segar yang sering dipasarkan di pasar tradisional adalah ikan kakap, kembung, gurame, nila, lele, patin dan berbagai jenis ikan lainnya yang masih segar.

Ikan patin (*Pangasius* sp.) merupakan jenis ikan tawar yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Ikan patin juga sangat baik dikonsumsi untuk kesehatan karena tergolong makanan yang kandungan asam lemak esensial DHA pada ikan patin mencapai 4,74 persen dan

kandungan EPA nya mencapai 0,31 persen. Keberadaan asam lemak omega-3 di dalam ikan patin juga membuatnya memiliki kelebihan tersendiri mengingat biasanya kandungan ini ditemukan dalam daging ikan air laut seperti ikan salmon, tuna, dan sarden.

Sementara kandungan lemak total di dalam ikan patin sekitar 2,55 hingga 3,42 persen. Sedangkan asam lemak tak jenuhnya mencapai lebih dari 50 persen. Salah satu dari kandungan asam lemak tak jenuh tunggal ini adalah asam oleat. Kandungan kolesterol di dalamnya juga cenderung rendah yakni hanya 21-30 mg untuk setiap 100 gram. Hal ini berarti, mengonsumsi ikan patin sangat direkomendasikan bagi penderita kolesterol tinggi yang memang ingin menurunkan kadar kolesterol dalam tubuhnya.

Selain itu, kandungan protein ikan patin juga cukup besar yaitu sekitar 159 gram. Protein sendiri memainkan peran penting bagi pertumbuhan sel-sel dalam tubuh dan menjaga tubuh untuk tetap sehat.

Konsumen ikan tersebar di seluruh wilayah Indonesia, termasuk kota Pekanbaru. Berdasarkan (BPS 2019) rata-rata pengeluaran rumah tangga per bulan menurut kelompok makanan di kota Pekanbaru dalam mengonsumsi ikan yaitu Rp.76.165,00. Hal ini menunjukkan bahwa ikan memiliki porsi yang sangat besar dalam pemenuhan kebutuhan makanan masyarakat kota Pekanbaru.

Dalam hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam membeli ikan. Biasanya para konsumen lebih memilih pasar tradisional untuk membeli ikan. Hal ini dikarenakan pada pasar tradisional ikan yang dijual lebih segar. Pasar tradisional adalah merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dimana barang-barang yang diperjual belikan biasanya tergantung permintaan konsumen. Harga yang ditetapkan biasanya harga yang telah disepakati dari proses tawar-menawar. Kelebihan dari berbelanja dipasar tradisional adalah produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen biasanya produk yang segar dan kebanyakan produk yang ada berasal dari produk lokal. Serta pada pasar tradisional adanya interaksi antar produsen dan konsumen. Hal ini tidak dapat dijumpai di pasar modern.

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan, proses hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Adapun upaya untuk memahami perilaku konsumen dalam mengonsumsi ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru. Oleh sebab itu perlu adanya, penelitian tentang perilaku konsumen ikan patin.

## II METODE

Penelitian dilaksanakan di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan mengambil responden konsumen ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru yang merupakan

salah satu pasar yang menjual ikan segar serta harga yang ditawarkan pedagang lebih murah dibandingkan pasar tradisional lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli ikan patin di pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Pengambilan sampel pada konsumen ikan patin dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu langsung dengan penelitian bisa dijadikan sampel dalam penelitian ketika mereka membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ikan Patin di pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru adalah analisis faktor dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Analisis faktor adalah suatu analisis yang digunakan untuk mereduksi, meringkas dari banyak variable menjadi beberapa faktor. Analisis faktor dapat mengidentifikasi struktur dari hubungan antar variable-variabel atau responden-responden dengan menguji korelasi antar variable atau responden. Dalam analisis faktor, variabel-variabel tidak diklasifikasikan sebagai variabel dependen atau independen (Hair, Joseph. F, Rolp.E. Anderson 1998).

Analisis faktor adalah nama generic dari metode statistic multivariate yang tujuannya adalah untuk mendefinisikan struktur mendasar pada matrik data.

Secara matematis, Maholtra dalam tulisan (Puspitasari 2008) mengemukakan model dari analisis

faktor adalah sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + \dots + W_{in}X_n$$

Dimana :

$F_i$  = Estimasi faktor ke-i

$W_i$  = Bobot atau koefisien skor faktor

$X_n$  = Variabel faktor perilaku yang diamati

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian ikan patin yaitu :

X1 : Kandungan gizi

X2 : Ukuran

X3 : Warna

X4 : Kebersihan tubuh

X5 : Harga

X6 : Promosi

- X7 : Jarak pasar
- X8 : Kenyamanan
- X9 : Pelayanan
- X10 : Kebersihan
- X11 : Keamanan

### III HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru dapat dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor dapat mengidentifikasi variabel-variabel bauran pemasaran perilaku yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

Faktor-faktor bauran pemasaran tersebut meliputi, faktor produk , harga , promosi dan tempat. Pada segmen Faktor Produk, variabel yang diteliti meliputi kandungan gizi, ukuran, warna, dan kebersihan tubuh ikan patin. Pada segmen Faktor Harga, variabel yang diteliti meliputi harga ikan patin. Pada segmen faktor promosi, variabel yang diteliti meliputi promosi ikan patin. Faktor tempat pada penelitian ini variabel yang diteliti meliputi jarak pasar , kenyamanan , pelayanan, kebersihan pasar dan keamanan. Variabel-variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis faktor dengan bantuan program computer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22.

Persyaratan pokok yang harus dipenuhi dalam analisis faktor, yaitu nilai Measure Of Sampling Adequacy (MSA) harus diatara 0-1. Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria dalam analisis faktor adalah sebagai berikut.

Rangking Nilai MSA	Kriteria Kategori Penilaian
MSA = 1	Variabel diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
MSA ≥ 0.5	Variabel masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
MSA < 0,5	Variabel tidak bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil KMO dan Bartlett Test

<b>KMO and Bartlett's Test</b>	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,648
Bartlett's Test of Sphericity	148,529
Df	55
Sig.	,000

a. Based on correlations

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS 22

Kriteria sig dalam analisis faktor sebagai berikut :

- Jika probabilitas (sig) < 0,05 , Maka variabel dapat dianalisis lebih lanjut.
- Jika probabilitas (sig) > 0,05 , Maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

Dari hasil tabel 2 menunjukkan bahwa nilai yang didapat dari KMO *Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,648 lebih besar dari 0,5 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan tabel diatas maka variabel dan data dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil awal penelitian yang menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru.

Tabel 3. Hasil perhitungan Analisis Faktor

Variabel – Variabel	MSA
Kandungan Gizi	.600
Ukuran	.659
Warna	.790
Kebersihan Tubuh	.509
Harga	.648
<b>Promosi</b>	<b>.418</b>
Jarak Pasar	.770
Kenyamanan	.529
Pelayanan	.584
Kebersihan	.532
Keamanan	.529

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa variabel- variabel yang mempunyai nilai MSA > 0,5 ialah : kandungan gizi, ukuran, warna, kebersihan tubuh , harga, jarak pasar, kenyamanan, pelayanan, kebersihan dan keamanan. Sedangkan variabel promosi mempunyai nilai MSA < 0,5 , sehingga variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Maka variabel promosi harus dibuang atau dikeluarkan dari perhitungan analisis faktor. Maka perlu dilakukan analisis ulang untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Lanjutan Analisis Faktor

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.677
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	137,044
	Df	45
	Sig.	.000

a. Based on correlations

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS 22

Hasil lanjutan analisis faktor tabel 4 menunjukkan bahwa perubahan nilai KMO *Measure of Sampling Adequacy*. Nilai KMO *Measure of Sampling Adequacy* mengalami kenaikan 0.648 naik menjadi 0.677. Nilai MSA mengalami kenaikan setelah mengeluarkan variabel promosi yang tidak memenuhi syarat. Hal ini dikarenakan nilai MSA promosi kurang dari 0,5. Dari hasil kedua analisis maka nilai MSA dapat dibandingkan pada Tabel 5

Tabel 5. Hasil Perhitungan Lanjutan Analisis Faktor

Hasil Perhitungan Analisis Faktor		
Variabel-Variabel	MSA Awal	MSA Lanjutan
Kandungan Gizi	.600	.639
Ukuran	.659	.670
Warna	.790	.788
Kebersihan Tubuh	.509	.588
Harga	.648	.658
Jarak Pasar	.770	.750
Kenyamanan	.529	.581
Pelayanan	.584	.632
Kebersihan	.532	.538
Keamanan	.529	.549

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS 22

Tabel 5 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dan penurunan nilai MSA pada masing-masing variabel setelah dilakukannya analisis lanjutan. Variabel- variabel yang mengalami peningkatan adalah kandungan gizi , ukuran, kebersihan tubuh, harga, pelayanan, kebersihan, dan keamanan. Sedangkan variabel yang mengalami penurunan adalah warna dan jarak pasar. Dengan demikian maka ke-10 variabel tersebut dapat diteliti dan di analisis lebih lanjut.

Analisis yang dilakukan selanjutnya adalah *Communalities*. *Communalities* merupakan jumlah total varian dari sebuah variabel pebelitian yang bisa dijelaskan oleh faktor umum. Nilai *Communalities* digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk lainnya.

Tabel 6. Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
Kandungan Gizi	1,000	,588
Ukuran	1,000	,453
Warna	1,000	,514
Kebersihan Tubuh	1,000	,565
Harga	1,000	,691
Jarak Pasar	1,000	,602
Kenyamanan	1,000	,399
Pelayanan	1,000	,532
Kebersihan	1,000	,355
Keamanan	1,000	,494

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Pada tabel communalities pada kolom extraction menunjukkan seberapa besarnya faktor yang terbentuk dapat menjelelaskan varian suatu indicator. Communalities untuk masing-masing variabel berbeda-beda. Communalities dari variabel harga bernilai 0,691 artinya sekitar 69,1 %. Variabel harga dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk variabel jarak pasar bernilai 0,602 artinya 60,2 % dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk dan variabel

kandungan gizi bernilai 0,588 artinya sekitar 58,8% dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Hal ini dapat menunjukkan semakin kecil nilai communalities dari sebuah variabel, maka semakin lemah hubungan variabel tersebut dengan faktor yang terkait. Sebaliknya semakin besar nilai communalities sebuah variabel, maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 7. Total Variance Explained

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,511	25,111	25,111	2,511	25,111	25,111
2	1,412	14,123	39,234	1,412	14,123	39,234
3	1,269	12,687	51,921	1,269	12,687	51,921
4	,925	9,249	61,170			
5	,878	8,775	69,945			
6	,801	8,005	77,950			
7	,708	7,075	85,025			
8	,612	6,122	91,147			
9	,541	5,414	96,561			
10	,344	3,439	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS 22

Pada tabel 7 total variance explained diatas menunjukkan bahwa terdapat 10 variabel (component) yang dimasukkan ke dalam analisis faktor. Terdapat 3 faktor terbentuk, hal ini menunjukkan 3 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

Menurut (Santoso 2004), total variance explained ialah menggambarkan jumlah faktor yang terbentuk. Dalam melihat faktor yang terbentuk, dapat dilihat pada nilai Eigenvaluanya yang berada diatas satu, jika sudah berada dibawah 1 maka sudah tidak tepat. Eigenvaluanya bertujuan untuk menunjukkan kepentingan relative masing-masing faktor dalam menghitung varians dari total variabel yang ada.

Faktor 1 yang terbentuk mampu menjelaskan variasi data sebesar 25,111% varians ke-10 variabel penelitian. Faktor 2 mampu menjelaskan variasi data sebesar 14,123% varians ke-10 variabel penelitian dan faktor 3 mampu menjelaskan variasi data sebesar 12,687% varians ke-10 variabel penelitian. Adapun total dari ketiga faktor diatas adalah 51,921. Dengan ini penelitian mampu menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru sebesar 51,921% sedangkan sisanya 48,079% merupakan faktor lain yang tidak tercakup dalam hasil faktor.

Tabel 8. Nilai Faktor Loading untuk tiap-tiap Variabel

Faktor	Nama Faktor	Variabel yang terikat	Faktor Loading
1.	Faktor Harga	Harga Ikan Patin	0,798
2	Faktor Tempat	Jarak Pasar	0,724
		Kenyamanan	0,579
		Pelayanan	0,473
		Kebersihan	0,392
		Keamanan	0,670
3	Faktor Produk	Kandungan Gizi	0,649
		Ukuran	0,461
		Warna	0,694
		Kebersihan Tubuh	0,705

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 22

Nilai Faktor Loading untuk tiap-tiap variabel pada tabel 8 menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan Patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru beserta variabel-variabel yang dikandungnya. Tiga faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan Patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru menurut kepentingannya adalah faktor harga, faktor tempat dan faktor produk. Variabel yang masuk dalam faktor harga antara lain : Harga Ikan Patin. Variabel yang masuk dalam faktor tempat antara lain : jarak pasar , kenyamanan, pelayanan, kebersihan, dan keamanan. Sedangkan Variabel yang masuk dalam faktor produk antara lain : kandungan gizi, ukuran, warna, dan kebersihan tubuh.

## 5.6. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis perilaku konsumen diketahui bahwa perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru dipengaruhi berbagai faktor. Menurut (Kotler and Keller, 2012) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, serta pengalaman dalam memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Pada penelitian ini, **hasil analisis faktor** menunjukkan bahwa konsumen dalam pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu faktor tempat, faktor produk, dan faktor harga. Faktor 1( faktor harga) dengan variabelnya antara lain : harga ikan patin mampu menjelaskan 25,111% varians ke-10 variabel penelitian. Faktor 2 (faktor tempat) variabelnya antara lain : jarak pasar , kenyamanan, pelayanan, kebersihan, dan keamanan mampu menjelaskan 14,123% varians ke-10 variabel penelitian. Faktor 3( faktor produk) variabelnya antara lain : kandungan gizi, ukuran, warna, dan kebersihan tubuh mampu menjelaskan 12,687%. Varians ke-10 variabel penelitian. Sedangkan faktor promosi tidak dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

**Faktor harga** merupakan faktor dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Variabel-variabel yang termasuk kedalam faktor harga ialah harga ikan patin. Harga ikan patin cenderung lebih murah dibandingkan ikan segar lainnya. Hal ini menjadikan faktor harga sebagai faktor utama yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

**Faktor tempat** merupakan faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Konsumen biasanya membeli ikan patin di Pasar Kodim dikarenakan ikan patin yang dijual lebih segar serta daging ikan tersebut tidak bau pada saat dimakan. Yang termasuk kedalam faktor tempat ialah Jarak Pasar, kenyamanan, pelayanan, kebersihan, dan keamanan. **Variabel jarak pasar** merupakan faktor yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di pasar kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat bahwa responden yang jarak rumah dekat dengan pasar lebih banyak berbelanja ke Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

**Faktor produk** merupakan faktor terakhir yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Variabel-variabel dalam faktor produk antara lain : kandungan gizi, ukuran, warna, dan kebersihan tubuh ikan. **Variabel kandungan gizi** merupakan variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan ikan patin sangat baik dikonsumsi untuk kesehatan karena tergolong makanan yang kandungan asam lemak asam esensial DHA yang tinggi. Serta keberadaan asam lemak omega-3 yang terkandung di dalam ikan patin membuatnya memiliki kelebihan tersendiri mengingat biasanya kandungan ini ditemukan dalam daging ikan laut seperti ikan salmon, tuna dan sarden. Sehingga hal ini menjadi faktor terakhir yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru.

**Faktor promosi** merupakan faktor yang tidak dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan nilai MSA faktor promosi dibawah 0,5 serta ikan patin juga sudah dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan faktor loading tertinggi dari analisis faktor tiap variabel pada masing-masing faktor yang dipertimbangkan konsumen diantaranya. Pada faktor harga variabel yang dominan adalah harga ikan patin. Pada faktor tempat, variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen adalah jarak pasar. Pada faktor produk, variabel yang dipertimbangkan konsumen adalah kandungan gizi.

#### IV KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ikan patin di Pasar Kodim Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru adalah Faktor harga, Faktor Tempat dan Faktor Produk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2019. *Survey Rata-Rata Pengeluaran Rumah Tangga*. BPS Pekanbaru.
- Dharmmesta, Basu Swasta dan Handoko, Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Pertama. Yogyakarta: BPEE.
- Hair, Joseph. F, Rolp.E. Anderson, Ronald L. Tathan dan William. 1998. *Multivariate Data Analysis Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Internasional, Inc.
- Hernowo. 2001. *Pembenihan Patin Skala Kecil Dan Besar, Solusi Permasalahan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Kordi, M.G.H. 2005. *Budidaya Ikan Patin : Biologi, Pembenihan Dan Pembesaran*. Jakarta: Yayasan Pustaka Nusatama.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip and kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey. Pearson Pretice Hall.Inc.
- Mutiara Nugraheni. 2013. *Pengetahuan Bahan Pangan Hewani*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nenny Rapita Manurung. 2017. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pisang Goreng Kipas Kuantan-II Kota Pekanbaru*.
- P.Wiryomartono, Bagoes. 1995. *Seni Bangunan Dan Seni Bina Kota Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Puspitasari, Irma Diana. 2008. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Ikan Lele Di Pasar Tradisional Kota Surakarta."
- Rani. 2014. "India : Institute Of Law Kuruksherta." *International Journal or Current Research and Academic Review : Factors Influencing Consumer Behavior*.
- Santoso, Singgih. 2004. *SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: Komputindo, PT.Elex Media.
- Senapelan, Kecamatan. 2019. *Kecamatan Senapelan Dalam Angka 2019*. Pekanbaru.
- Stanton, William J. 2013. "Prinsip Pemasaran." In *Alih Bahasa Oleh Buchari Alma*, Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ed. Andi. Yogyakarta.
- Sumampouw, Harry J, and Sofia A P Sambul. 2016. "Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Dua Honda Nurul Hidayah a Rahman Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi

- Bisnis 2016.” *Journal Ekonomi Dan Perbanlan Syari’Ah* (3): 1–11.
- Supratno.J. 2004. *Analisis Multivariat : Arti Dan Interpretasi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Suryani. 2003. *Perilaku Konsumen*. Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutriyati. 2004. “Teknik Pengolahan Ikan Laut.” *Inotek* 8(2).
- Wiratmanto. 2014. *Analisis Faktor Dan Penerapannya Dalam Mengidentifikasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran, Studi Kasus : Media Pembelajaran Solusi Belajar Elektronik (SONIK), Produksi : PT. Solusi Ajitech Persada Yo.*