

## **Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ikan Guppy (*Poecilia reticulata*) (Studi Kasus: Jalan Mentawai Kecamatan Medan Kota)**

**Rendra Setiawan**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

[srendra13@gmail.com](mailto:srendra13@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk 1) Menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian ikan guppy. 2.) Menganalisis perilaku konsumen dalam pembelian ikan guppy. Lokasi penelitian diambil secara purposive yaitu dengan sengaja di Jalan Mentawai Kecamatan Medan Kota. Teknik sampling yang digunakan dalam skripsi ini yaitu accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 30 orang. Untuk rumusan masalah yang pertama dan kedua menggunakan metode Analisis Deskriptif. Hasil penelitian diperoleh sebagai berikut: 1). Karakteristik konsumen digolongkan menjadi beberapa karakteristik antara lain: usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. konsumen ikan hias guppy didominasi oleh laki-laki, Pada penelitian ini rata-rata usia konsumen ikan hias guppy berada pada usia 25 tahun, umumnya jenjang pendidikan formal yang ditempuh oleh konsumen ikan hias guppy berada pada jenjang SMA, rata-rata pendapatan responden perbulannya adalah sebesar Rp.3.000.000. Factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan hias guppy digolongkan menjadi 2 yaitu: factor pribadi dan factor psikologi. Nilai skor rata-rata dari masing-masing factor adalah sebagai berikut: ffakto pribadi 4.13 dan factor psikologi sebesar 3,37 dari nilai diatas dapat disimpulkan bahwa ke 4 faktor tersebut berda pada kreteria setuju terhadap perilaku konsumen.*

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen Ikan Guppy

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.504 pulau. Dan luas wilayah Indonesia seluruhnya yaitu 5,2 juta km<sup>2</sup>, terdiri dari 1,9 juta km<sup>2</sup> daratan dan 3,3 juta km<sup>2</sup> lautan (Kementerian Pekerjaan Umum, 2013). Diketahui dua per tiga wilayahnya adalah lautan, Indonesia sering dikenal sebagai negara maritim dengan potensi perikanan yang beranekaragaman mulai dari sektor perikanan laut, budidaya dan umum. Keanekaragaman biota yang ada menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi tempat yang paling dicari dan diminati di sektor perikanan. Bukan hanya dari perikanan konsumsi saja yang menarik minat, tetapi juga dari perikanan non konsumsi, salah satunya yaitu ikan hias.

Keragaman spesies ikan hias yang dimiliki Indonesia patut dibanggakan baik ikan hias air laut maupun air tawar. Ikan hias air laut ada sekitar 650 spesies, sudah teridentifikasi 480 spesies dan diperdagangkan sekitar 200 spesies. Sementara itu, jumlah spesies ikan hias air tawar diperkirakan sekitar 400 spesies dari 1.100 spesies ikan hias yang ada di seluruh dunia. Pangsa pasar ikan hias air laut Indonesia di dunia internasional sebesar 20%, dimana 95% merupakan hasil tangkapan dan baru 5% sisanya merupakan hasil budidaya masyarakat. Sementara itu, jumlah spesies ikan hias air tawar diperkirakan sekitar 400 spesies dari 1.100 spesies ikan hias yang ada di seluruh dunia.

Potensi kekayaan ikan hias yang berlimpah dan kondisi alam yang mendukung, menjadikan ikan hias sebagai sumber devisa negara dalam komoditas ekspor non migas. Ikan hias juga merupakan salah satu andalan ekspor yang tak pernah lesu dan selalu mengalami perkembangan seiring dengan permintaan pasar internasional yang semakin tinggi. Diketahui posisi Indonesia sebagai eksportir ikan hias berada di urutan ke-5, setelah Republik Ceko, Thailand, Jepang, dan Singapura sebesar US\$ 65 juta.

Pada tahun 2017 ekspor ikan hias Indonesia mencapai US\$ 27,61 juta atau tumbuh 12,05 % dibandingkan tahun 2016 US\$ 24,64 juta.

Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri, diantaranya keindahan akan warna, bentuk dan corak yang berbeda dari tiap jenis. Hal ini menjadikan ikan hias diperdagangkan sebagai komoditas hidup sebagai produk hiburan yang banyak diminati oleh masyarakat karena dapat menempati pasar pada setiap tingkat sosial dan ekonomi masyarakat, tergantung dari jenis dan harga ikan tersebut. Namun keberadaan ikan hias sendiri saat ini tidak lagi sebagai hiburan atau hobi semata, tetapi telah berkembang menjadi objek yang dimanfaatkan bagi kepentingan dunia pendidikan, penelitian, medis, maupun keperluan konservasi alam.

Jalan mentawai merupakan pasar terbesar di Medan yang menjual aneka ikan hias. Pasar ikan hias ini memegang peranan penting sebagai sarana rekreasi maupun mata pencaharian pedagang ikan hias yang berasal dari luar Medan disebut pedagang grosiran. Secara administrasi, pasar Ikan hias Jalan mentawan merupakan salah satu pasar ikan terbesar di Medan lokasinya sangat strategis karena berada tepat di kota Medan tepatnya di Jl. Mentawai, Kecamatan Medan Kota.

Ikan guppy merupakan salah satu komoditi ikan hias yang memiliki nilai ekonomis cukup baik di kelasnya. Panjang tubuh maksimal sekitar 5-6cm. Sirip-sirip ikan ini berwarna-warni sangat cantik dan menarik. Berbagai warna seperti merah, kuning, hijau, biru, maupun kombinasi warna sudah beredar di pasa-

ran. Bentuk ekornya pun menarik, misalnya mirip kipas, membulat, ataupun melebar. Pada jantan, sirip ekor tampil sangat menarik karena lebar dan berwarna kontras.

Seperti halnya dengan ikan cupang, ikan guppy yang banyak diminati dan harganya lebih mahal adalah ikan jantannya, karena memiliki warna dan sirip yang panjang dan bervariasi. Kenyataan tersebut membuat petani lebih senang memelihara ikan guppy jantan karena akan lebih menguntungkan dari segi ekonomi. Di pasaran, terdapat beberapa strain guppy dengan warna dan sirip yang berbeda-beda. Ikan guppy memiliki nilai ekonomis tinggi karena variasi warna yang dimilikinya menarik dan bentuk sirip yang beragam, pemeliharaan dan pemijahan mudah, serta tidak terlalu berpengaruh pada perubahan temperatur dan kualitas air lainnya. Saat ini terdapat sekitar 30 jenis ikan guppy berdasarkan pola warna dan bentuk siripnya, yang sebagian besar merupakan komoditi ekspor.

Ikan guppy adalah ikan hias yang begitu banyak macamnya. Ikan ini memiliki tubuh yang kecil dan terlihat begitu menggemaskan. Yang menjadi daya tarik yang cukup besar ialah warna ikan guppy yang cerah dan juga sirip ikan ini yang begitu menawan. Bahkan bentuk sirip ini bermacam-macam. Bahkan untuk menambah keunikan dari ikan ini, tak jarang ikan guppy di kawin silangkan sehingga mampu menghasilkan anakan yang unik. Perlu Anda ketahui pula bahwa jenis ikan ini sangat mudah untuk berkembang biak. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang keistimewaan dari ikan guppy.

Sehubungan dengan uraian di atas maka penelitian ini diambil judul "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ikan Guppy Di Jalan Mentawai Kecamatan Medan kota". Alasan peneliti memilih pasar ikan ini karena pasar ini merupakan salah satu pasar terbesar ikan hias di Medan, lokasinya yang strategis, serta tingkat daya beli masyarakat terhadap ikan hias. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana karakteristik, perilaku konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumenterhadap ikan hias guppy.

## **2. METODE**

### **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study), yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum sama dengan daerah lain.

Lokasi penelitian diambil secara *purposive* yaitu dengan sengaja di Jalan Mentawai Kecamatan Medan Kota. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan toko ikan hias yang tidak hanya menjual ikan hias secara eceran namun menjual berbagai peralatan dan perlengkapan pemeliharaan ikan dan telah menjadi salah satu toko ikan hias terlengkap di Medan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan atas dasar pertimbangan yaitu: Pasar ikan hias Jl. Mentawai merupakan salah satu pasar ikan hias terbesar di Kota Medan. Pasar ikan hias Jl. Mentawai merupakan salah satu tempat rekomendasi yang dituju para penghobi ikan hias.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian adalah data kuantitatif. Sedangkan sumber data ada dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara mencatat hasil observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapatkan dari hasil penelitian terdahulu berupa jurnal ilmiah, literatur serta buku terbitan secara berkala.

### **Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikelompokkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Data primer yang digunakan dalam skripsi yaitu kuisisioner seputar pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden tentang perilaku konsumen.

### **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumeter) yang dipublikasi dan yang tidak dipublikasi. Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan dengan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam skripsi dari berbagai sumber instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, jurnal penelitian dan artikel – artikel yang dibutuhkan dan terkait dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

Untuk rumusan masalah yang pertama dan kedua menggunakan metode Analisis Deskriptif. Analisis deskriptif adalah metode penelitian yang meliputi pengumpulan data dalam melakukan pengujian terhadap suatu hipotesa atau menjawab suatu pertanyaan. Hasil identifikasi akan menghasilkan data yang akan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama kemudian dipersentasikan berdasarkan jumlah responden, kemudian persentase terbesar merupakan jawaban yang dominandari masing-masing pertanyaan yang diteliti (Setiawan, 2016).

Data kualitatif meliputi : sejarah berdirinya pasar dan gambaran umum pasar ikan hias Jalan Mentawai, interpretasi konsumen dari hasil kuisisioner meliputi karakteristik konsumen, perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy. Untuk menyelesaikan rumusan masalah yang pertama menggunakan skala likert dengan memberikan skor pada kuisisioner kemudian diinterpretasikan dalam bentuk narasi. Skala likert di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono,2016).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu-ragu (RG)	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan nilai instrument (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item – item yang tersaji dalam kuisisioner benar – benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adalah sebagai berikut :

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan dinyatakan valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Sedangkan uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali – kali pada waktu yang berbeda.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Sampel**

Karakteristik sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi permintaan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap ikan guppy. Dalam penelitian ini karakteristik konsumen digolongkan menjadi beberapa karakteristik antara lain: usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Berikut ini adalah penjabaran karakteristik sosial ekonomi konsumen ikan guppy di Jalan Mentawai Kota Medan. Umumnya yang menjadi konsumen ikan hias guppy adalah laki-laki. Dari ke 30 responden konsumen ikan hias konsumen laki-laki adalah sebanyak 22 orang atau 73,33% dari keseluruhan responden, sedangkan konsumen perempuan hanya sebanyak 8 orang atau sebanyak 26,67% dari keseluruhan responden. Hal yang menyebabkan konsumen ikan hias guppy didominasi oleh laki-laki adalah pada umumnya hobby atau kecenderungan untuk memelihara ikan hias lebih banyak diminati oleh laki-laki dibandingkan perempuan.

#### **Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia**

Usia dapat diartikan sebagai lamanya seseorang hidup yang diukur dengan satuan tahun yang dipandang dari segi kronologik yang memperlihatkan proses perubahan seseorang. Dalam proses keputusan pembelian terkadang usia dari konsumen sangat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian. Pada penelitian ini rata-rata usia konsumen ikan hias guppy berada pada usia 25 tahun, hal ini dapat diartikan bahwa pada umumnya konsumen ikan hias guppy ialah anak muda hal ini dikarenakan anak muda lebih bias bebas untuk membelanjakan penghasilan atau uangnya menekuni hobynya karena belum adanya tanggungan. Jumlah sampel penelitian yang

terbanyak berada pada rentang usia 15-25 tahun, yakni 17 orang atau 56,67% dari keseluruhan jumlah sampel. Untuk rentang usia 26-36 sebanyak 10 orang atau 33,33% dari keseluruhan sampel sedangkan untuk jumlah sampel yang berusia >37 tahun sebanyak 3 orang atau 10% dari total keseluruhan sampel.

### **Tingkat Pendidikan**

Tingkat pendidikan adalah lamanya seseorang mengikuti proses pembelajaran jenjang pendidikan formal di Indonesia digolongkan menjadi 5 tahap yaitu TK, SD, SMP, SMA, Perguruan tinggi. Pada umumnya dengan adanya tingkat atau jenjang pendidikan yang baik maka akan membuat seseorang lebih selektif dalam melakukan pembelian suatu produk yang nantinya akan menjadikan bahan pertimbangan seseorang dalam melakukan pembelian. Jumlah sampel penelitian yang terbanyak pada tingkat pendidikan SMA yakni 23 orang atau 76,67 % dari keseluruhan jumlah sampel. Sedangkan untuk konsumen yang hanya menempuh jenjang pendidikan SMP sebanyak 3 orang atau 10% dari keseluruhan sampel. Untuk konsumen yang sampai menempuh jenjang pendidikan S-1 sebanyak 4 orang atau 13,33% dari keseluruhan sampel.

### **Tingkat Pendapatan**

Pendapatan adalah jumlah penghasilan riil seluruh anggota keluarga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam keluarga. Pendapatan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan proses pembelian produk. Pada umumnya konsumen dengan pendapatan yang tinggi akan lebih mudah untuk membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhannya. Tingkat pendapatan sampel penelitian yang terbanyak pada tingkat pendapatan 1.500.000-2.500.000 yakni 19 orang atau 63,33 % dari keseluruhan jumlah sampel. Dari hasil penelitian tingkat pendapatan sangat mempengaruhi konsumen dalam pertimbangan melakukan pembelian ikan hias guppy. Dengan besarnya tingkat pendapatan konsumen dalam pemeliharaan jenis ikan hias guppy konsumen tidak akan terlalu memperhatikan harga dari ikan hias tersebut, konsumen akan melakukan keputusan pembelian sesuai keinginan tanpa terpengaruh dengan mahalnya harga produk tersebut. Begitu pula sebaliknya apabila tingkat pendapatan konsumen rendah, biasanya konsumen akan memilih jenis ikan hias guppy sesuai dengan kemampuan, walaupun terkadang itu tak sesuai dengan keinginan.

### **Pekerjaan**

Pekerjaan adalah suatu hubungan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dengan para pekerja/karyawan. Para pekerja akan mendapatkan gaji sebagai balas jasa dari pihak perusahaan, dan jumlahnya tergantung dari jenis profesi yang dilakukan. Kebanyakan yang menjadi responden dari penelitian ini adalah konsumen yang bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 16 orang atau 53,33% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk pekerjaan dengan responden terendah adalah responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 1 orang.

### Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Ikan Hias Guppy

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan karena itu perlu dicari informasi semaksimal mungkin. Banyak pengertian karena itu perlu di cari informasi semaksimal mungkin. Perilaku konsumen terbagi 2 yaitu perilaku yang tampak diantaranya jumlah pembelian, waktu, karena siapa, bagaimana dilakukan pembelian itu, sedangkan yang kedua adalah perilaku yang tidak tampak diantaranya persepsi, ingatan terhadap informasi dan pemasaran kepemilikan oleh konsumen (Simamora, 2009).

Factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian secara kuat dipengaruhi oleh karakteristik, pribadi dan psikologi. Begitu pula halnya dalam proses pembelian ikan guppy ke empat factor ini sangat berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2001). Dari ke 2t factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy dibedakan menjadi beberapa pertanyaan, berikut adalah pertanyaan dari ke empat factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan hias guppy di Jalan Mentawai Kota Medan.

**Tabel 1. Perilaku Konsumen Dalam Proses Pembelian**

No	Tahapan	Indikator
1	Pribadi	Usia Tingkat Pendapatan Tingkat Pendidikan
2	Psikologi	Motivasi Presepsi Pembelajaran

Dari tabel diatas dapat dilihat beberapa pertanyaan dari tiap variable yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ikan hias guppy di Jalan Mentawai, Kota Medan. Untuk menguji instrument atau item pertanyaan tersebut valid atau abash dilakukan sebagai instrument penelitian maka terlebih diuji di uji dengan uji Validitas dan reliabilitas. Berikut adalah hasil uji Validitas dan reliabilitas dari instrument penelitian:

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa baik hubungan instrumen atau indikator yang dibuat untuk mengukur suatu konsep tertentu. Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dengan kriteria skor total masing – masing variabel  $\geq 0,25$  maka dapat dikatakan valid (Prawoto dan Basuki 2016). Uji ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai apakah kuisioner ini realibel atau tidak dengan kriteria menurut Prawoto dan dan Basuki (2016 ). Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji validitas dan reliabilitas dari setiap item yang digunakan sebagai alat untuk mengukur sikap responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuisisioner Penelitian**

Instrumen Variabel	Pertanyaan Yang Diajukan	R hitung	R table	Signifikan	Keterangan
Pribadi	Pertanyaan 1	0,449*	0,306	0.013	Valid
	Pertanyaan 2	0.364	0,306	0.042	Valid
	Pertanyaan 3	0,712**	0,306	0,00	Valid
	Pertanyaan 4	0,362*	0,306	0.04	Valid
	Pertanyaan 5	0,442	0,306	0.034	Valid
Psikologi	Pertanyaan 1	0,535**	0,306	0.002	Valid
	Pertanyaan 2	0,542**	0,306	0.002	Valid
	Pertanyaan 3	0,319	0,306	0.046	Valid
	Pertanyaan 4	0,548**	0,306	0.002	Valid
	Pertanyaan 5	0,332	0,306	0.073	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji validitas dari instrumen penelitian dari ke 10 pertanyaan yang diajukan semua pernyataan dinyatakan valid. Karena  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , dan  $\text{dan nilai signifikansi} < 0,050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan tersebut pada instrumen perbedaan individu sehingga dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian sesuai dengan pendapat Kuncoro (2013) yang mengatakan bahwa apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  dan  $\text{signifikan} > 0,050$ , maka instrumen tersebut valid dan reliabel untuk digunakan.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan kuisisioner. Untuk melihat sejauh mana instrumen pertanyaan ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan melihat sejauh mana pengukuran ini dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan). Dalam uji reabilitas terdapat kriteria yaitu apabila nilai reabilitas dari masing-masing instrumen lebih besar 0,60 maka instrumen tersebut dianggap reliabel, sesuai dengan pendapat Kuncoro (2013) yang mengatakan bahwa apabila nilai  $\text{cronbach alpha} > 0,600$ , maka instrumen tersebut reliabel untuk digunakan. Hasil pengujian reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas instrumen penelitian**

Instrumen Penelitian	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Pribadi	0,67	0,6	Reliabel
Psikologi	0,76	0,6	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha dari ketiga instrumen yang diajukan lebih besar daripada 0,60 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari setiap instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel atau setiap pertanyaan yang diajukan dari kuisisioner tentang variabel faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dalam penelitian merupakan indikator yang tepat atau absah sebagai alat ukur.

### Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan salah satu factor dalam pengambilan keputusan pembelian. Umumnya konsumen dalam melakukan pembelian terlebih dahulu mempertimbangkan kegunaan dan kesanggupannya dalam melakukan pembelian produk tersebut. Dalam penelitian ini factor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penelitian ini terdiri dari, usia, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan.

Usia seseorang sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Umumnya konsumen dalam melakukan pembelian akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan usianya. Factor pendapatan konsumen sangat sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Umumnya konsumen akan membeli produk sesuai dengan tingkat pendapatannya. Disamping pendapatan dan usia factor tingkat pendidikan juga berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Umumnya seseorang yang tingkat pendidikannya lebih tinggi akan selektif dalam melakukan keputusan pembelian. Berikut adalah tanggapan konsumen ikan hias guppy pada tentang pengaruh factor pribadi dalam keputusan pembelian:

**Tabel 4. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Perilaku Konsumen**

Pertanyaan Yang Diajukan	Skor Penilaian	Keterangan
Pertanyaan 1	4.47	Setuju
Pertanyaan 2	4.00	Setuju
Pertanyaan 3	4.30	Setuju
Pertanyaan 4	3.50	Setuju
Pertanyaan 5	4.40	Setuju
Total Skor	20.67	
Skor Rata-Rata	4.13	Setuju

Sebagian besar konsumen setuju bahwa factor pribadi merupakan variable yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy. Dari kelima pertanyaan yang diajukan pertanyaan 1 yaitu merupakan pertanyaan yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy. Nilai skor rata-rata factor pribadi dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian ikan guppy sebesar 4,13 yang berada pada kriteria setuju. Hal ini dapat diartikan responden setuju bahwa variable lingkungan social sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ikan guppy.

### Faktor Psikologi

Dalam melakukan pembelian factor psikologi sangat berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Factor psikologi umumnya bersumber dari dalam dan luar diri konsumen. Factor psikologi adalah suatu dorongan yang berasal dari dalam diri konsumen untuk melakukan pembelian ikan guppy. Dalam penelitian ini hal-hal yang mempengaruhi factor psikologi konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy digolongkan menjadi tiga bagian yaitu: motivasi, persepsi dan pembelajaran. Motivasi adalah hal-hal yang mendorong kon-

sumen dalam melakukan pembelian ikan guppy hal ini biasanya bersumber dari lingkungan social atau dari dalam diri konsumen. Persepsi adalah suatu penilaian dari konsumen terhadap ikan guppy biasanya persepsi ini berkaitan dengan baik atau buruk membeli ikan guppy dan untung atau rugi. Sedangkan factor pembelajaran adalah proses pengenalan terhadap kebutuhan akan suatu produk tersebut.

**Tabel 5. Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen**

Pertanyaan Yang Diajukan	Skor Penilaian	Keterangan
Pertanyaan 1	2.87	Ragu-ragu
Pertanyaan 2	3.63	Setuju
Pertanyaan 3	3.6	Setuju
Pertanyaan 4	3.6	Setuju
Pertanyaan 5	3.13	Ragu-ragu
Total Skor	16.83	
Skor Rata-Rata	3.37	Ragu-ragu

Dari table diatas dapat dilihat Sebagian besar konsumen setuju bahwa factor psikologi merupakan variable yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan guppy. Dari kelima pertanyaan yang diajukan pertanyaan 2 memiliki skor tanggapan paling tinggi yaitu sebesar 3,63 yang berada pada kriteria setuju. Nilai skor rata-rata factor psikologi dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian ikan guppy sebesar 3,37 yang berada pada kriteria ragu-ragu. Hal ini dapat diartikan responden memberikan tanggapan ragu-ragu bahwa variable psikologi mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ikan guppy.

#### 4. KESIMPULAN

1. Karakteristik konsumen digolongkan menjadi beberapa karakteristik antara lain: usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. konsumen ikan hias guppy didominasi oleh laki-laki, Pada penelitian ini rata-rata usia konsumen ikan hias guppy berada pada usia 25 tahun, umumnya jenjang pendidikan formal yang ditempuh oleh konsumen ikan hias guppy berada pada jenjang SMA, rata-rata pendapatan responden perbulannya adalah sebesar Rp.3.000.000.
2. Factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ikan hias guppy digolongkan menjadi 2 yaitu: factor pribadi dan factor psikologi. Nilai skor rata-rata dari masing-masing factor adalah sebagai berikut: ffakto pribadi 4.13 dan factor psikologi sebesar 3,37 dari nilai diatas dapat disimpulkan bahwa ke 4 faktor tersebut berda pada kriteria setuju terhadap perilaku konsumen.

## REFERENSI

- Adiguna, Wira. 2011. *Perilaku Komunikasi Pemasaran Pembelian Ikan Hias. Skripsi Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat.* Institut Pertanian Bogor 4.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran. Terjemahan Damos Sihombing. Ed. 8 . Jakarta : Erlangga.
- Alqamari, M., Kabeakan, N. T. M. B., & Yusuf, M. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN PUPUK ORGANIK DARI LIMBAH BAGLOG UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PADA KELOMPOK TANI JAMUR TIRAM DI KELURAHAN MEDAN DENAI KECAMATAN MEDAN DENAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 73-81.
- Apriyanti, I., Siregar, G., & Dalimunthe, M. A. (2018). FINANCIAL FEASIBILITY OF RICE RED RICE FARMING *Oryza nivara* (CASE STUDY: VILLAGE OF SARAN PADANG, DOLOK SILAU SUBDISTRICT, SIMALUNGUN REGENCY). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(1).
- Ditjen PEN.2013. *Peluang Ekspor Ikan Hias.* Warta Ekspor. Indonesia.
- Habib, A., & Siregar, M. (2021). Local Layer Duck Livestock Business Development Strategy In The Desa Pematang Johar Deli Serdang. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 21-28.
- Harahap, M., Siregar, G., & Riza, F. V. (2021). Mapping The Potential Of Village Agricultural Social Economic Improvement Efforts In Lubuk Kertang Village Kecamatan Berandan Barat Kabupaten Langkat. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 8-14.
- Kabeakan, N. T. M. B., & Putra, Y. A. (2019). The Influence Of Reference Group And Lifestyle On Consumer Attitudes And Decisions To Buy Red Rice In Medan City. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 3(1), 24-31.
- Kusrini, Eni. 2010. *Budidaya Ikan Hias Sebagai Pendukung Pembangunan Nasional Perikanan Di Indonesia.* Media Akuakultur. 5 (2).
- Manik, J. R., Alqamari, M., & Hanif, A. (2018). Usaha Pemanfaatan Lahan Pekarangan Budidaya Tanaman Sayuran Secara Vertikultur Pada Kelompok Ibu-ibu 'Aisyiyah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- MEDAN, V. S. B. S., & SALSABILA, S. S. PENGEMBANGAN BAHAN AJAR BERBASIS E-MODUL MENGGUNAKAN KVISOFT FLIPBOOK MAKER PADA MATERI RELASI DAN FUNGSI KELAS.
- Putra, Y. A., Siregar, G., & Utami, S. (2019, October). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Pekarangan Dengan Teknik Budidaya Hidroponik. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 122-127).
- Siregar, A. F. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Petani Menanam Bawang Merah di Desa Cinta Dame Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir.
- Siregar, R. S., Siregar, A. F., Manik, J. R., & Lubis, R. F. (2017). Factors Affecting Demand Requests Of Beef Cuts In The Market Sibuhuan. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(3).
- Siregar, S., & Supriana, T. (2018). Socio-Economic Characteristics That Affect The Income Of Corn Farmers In Simalungun District. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(2), 82-89.
- Siregar, S., Andriansyah, Y., & Rangkuti, K. (2021). The Perception Of Red Chili Farmers On The Implementation Of Pt. Inalum's Csr (Cooperate Social Responsibility) Program In The Village Of Lubuk Cuik Distric Of Lima Puluh, Batu Bara Regency. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(2), 43-52.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen, implikasi pada strategi Pemasaran.* Graha Ilmu, Yogyakarta 6.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.CV.
- Tanjung, A. F. (2020). Strategy For Increasing Income Of Rice Farmers In Labuhan Batu District. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 3(2), 59-68.
- Thamrin, M., & Mardhiyah, A. (2017). IbM Padi Hazton Dalam meningkatkan produksi padi sawah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).