



Analisis Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhi Harga ikan Layang (Deicapteirus Russelli) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (Ppn) Brondong Lamongan Jawa Timur

Muhammad Ihwanul Mujtahiddin¹ Nirma Kurriwati^{2*}

^{1,2} Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Abstract

Sejarah Artikel:

Diterima

Diperbaiki

Disetujui

Keywords:

Factor Analysis, Purchase Decision, Consumer behavior

The purpose of this research is to study the factors that influence asking to buy flying fish at the archipelago fishing port in Brondong sub-district, this research uses quantitative research methods using primary and secondary data sources. In this study using factor analysis techniques using SPSS version 25.0. The results of the study show that sequentially the factors that influence the decision to buy flying fish at PPN Brondong are distribution factors, product factors, price factors, professional factors, service factors, location factors, and nutritional factors, therefore the dominant factors in influencing fish buying decisions overpass in the Brondong PPN is the distribution factor.

✉ Penulis Korespondensi*
Nirma Kurriwati

Email:

nirmakurriwati@gmail.com

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Kusuma, C. P. M., Boesono, H., & Fitri, A. D. P. (2023). Analisi Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhi Harga ikan Layang (Deicapteirus Russelli) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (Ppn) Brondong Lamongan Jawa Timur Analysis. Journal Of Fisheries Resources Utilization Management And Technology, 3 (4), 578–590..

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki prospek pertanian yang baik, salah satunya sub sektor dari pertanian yaitu perikanan. Sub sektor perikanan merupakan salah satu sumber daya alam yang penting bagi hajat hidup masyarakat dan memiliki potensi dijadikannya sebagai penggerak utama (*prime mover*) ekonomi nasional (Kurniawati dan Isfaeni, 2015)

Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Brondong merupakan pelabuhan tipe B yang ada di Indonesia. Pelabuhan Perikanan merupakan salah satu unsur penting dalam peningkatan infrastruktur perikanan dan bagian dari sistem perikanan tangkap. Pelabuhan Perikanan Nusantara Brondong memiliki fasilitas

Pelabuhan Perikanan yang tergolong lengkap baik fasilitas dasar maupun fungsionalnya. Hal tersebut terbukti dengan adanya beberapa fasilitas dasar dan fungsional yang sudah berjalan dengan baik seperti SPBN dan pabrik es.

Pelabuhan Perikanan Nusantara kecamatan Brondong merupakan salah satu pelabuhan yang memiliki potensi perikanan tangkap atau potensi laut yang cukup besar di kabupaten Lamongan. Dimana pelabuhan Brondong memiliki tingkat produksi lebih dari 60.000 Ton dalam setiap tahunnya.

Tabel 1. Produksi dan Nilai Produksi di PPN Brondong Tahun 2018 - 2022

No.	Tahun	Produksi (ton)	Nilai Produksi
1	2018	62.690	810.997.703
2	2019	61.305	813.814.727
3	2020	62.099	863.992.055
4	2021	64.529	858.383.086
5	2022	68.798	903.598.500

Sumber: Data PemKab Lamongan, (2023)

Akan tetapi dari sekian banyak produksi penangkapan ikan yang terjadi di pelabuhan brondong, masih ada beberapa ikan yang memiliki hasil tangkap yang melimpah tapi penjualannya masih tergolong kurang laku di pasar pelelangan ikan daerah tersebut. Dan salah satunya adalah ikan layang dengan nama latin (*Decapterus Russelli*) sekaligus dijadikan sebagai obyek penelitian.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya, Tanama, (2017).

Menurut Kotler dan Amstrong pengertian pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Ratnawati & Hanifa, 2019).

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. (Tjiptono & Diana, 2016)

Dalam konsep pemasaran terbagi menjadi beberapa konsep yang menjelaskan berbagai filosofi di dalam ilmu pemasaran. Konsep pemasaran tersebut terdiri dari: konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran masyarakat.

Pasar Bisnis (Business Market) adalah semua organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dipergunakan dalam memproduksi produk, atau dengan tujuan dijual lagi atau disewakan kepada pihak lain dengan mengambil untung (Zainurossalamia, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dikemukakan rumusan masalah adalah sebagai berikut: "Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ikan layang di pelabuhan perikanan Brondong, kabupaten Lamongan". Adapun tujuan penelitian sebagai berikut: "Menganalisis Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ikan layang di pelabuhan perikanan Brondong, kabupaten Lamongan". Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan bagi penjual ikan layang dan UMKM pemindangan ikan layang di kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian ikan layang di PPB kecamatan Brondong. Dalam hal ini pembelian ikan layang diasumsikan sebagai faktor dari X1 = Produk, X2 = Harga, X3 = Distribusi, X4 = Budaya, X5 = Individu, dan X6 = Sosial. Adapun metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang menitik beratkan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian kebenaran hipotesis dan data yang digunakan harus terukur pada akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

Penelitian ini dilaksanakan di Pelabuhan Perikanan Nusantara Brodong, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Brondong, sedangkan penarikan sampel dilakukan dengan cara *random sampling method*. Tahapan penarikan sampel terlebih dahulu mengkualifikasi masyarakat yang berkunjung di pelabuhan lalu di kelompokkan sebagai pembeli ikan layang dan pernah mengkonsumsi ikan layang, sehingga keseluruhan sampel penelitian berjumlah 83 responden (hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin).

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan skunder, data primer diperoleh dari wawancara responden menggunakan kuisisioner yang sudah disediakan, sedangkan data skunder diperoleh dari sumber informasi yang diambil jurnal terdahulu, buku, serta sumber informasi lain dari media online yang berhubungan dengan penelitian ini yang semuanya merupakan penunjang penelitian.

Dalam pengujian data yang telah diambil, penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang beryujuan untuk menguji data yang digunakan telah valid dan reliabel. Dan untuk menganalisis data yang telah diuji maka dilanjutkan dengan menggunakan analisis faktor dengan menggunakan alat bantu *software microsoft excell 2010* dan *SPSS 25.0*.

Validitas berasal dari kata *Validity*, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008:172).

$$r_{xy} = \frac{N\sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{N\sum_{x^2} - (\sum_{x^2})(N\sum_{y^2} - (\sum_{y^2}))}}$$

Dimana:

X = pertanyaan nomor tertentu

Y = Skor total

N = Jumlah responden

Dengan tingkat signifikan 5%, dengan $R_{hasil} \leq R_{tabel}$ = maka H_0 tidak valid, sedangkan jika $R_{hasil} \geq R_{tabel}$ = maka H_1 valid.

Sedangkan uji reliabilitas adalah menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Jonathan Sarwono, 2006:218). Reliabilitas dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas Alpha, yaitu:

$$R_n = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

Rn = Relatif instrumen

K = Banyaknya Pertanyaan

$$\begin{aligned}\Sigma \sigma b^2 &= \text{Jumlah Varians} \\ \sigma b^2 &= \text{Varians total}\end{aligned}$$

Analisis faktor adalah sebuah model, dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antarvariabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Analisis faktor pertama kali dilakukan oleh Charles Spearman, dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (*random quantities*) yang dapat diamati atau diukur secara langsung. Persamaan atau rumus analisis faktor adalah sebagai berikut:

$$X_1 = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + A_{i4}F_4 + \dots + V_i U_i$$

Dimana:

F1 = variabel terstandar ke-1

Ai1 = koefisien regresi dari variabel ke 1 pada common faktor 1

Vi = koefisien regresi terstandar dari variabel 1 pada faktor unik ke 1

F = Common faktor

Ui = variabel unik untuk variabel ke 1

M = jumlah common faktor

Secara jelas common faktor dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + W_{i4}X_4 + \dots + W_{ik}X_k$$

Dimana:

Fi = faktor ke 1 estimasi.

Wi = bobot faktor atau skor koefisien faktor.

Xk = jumlah variabel.

Prinsip utama analisis faktor adalah korelasi, maka asumsi-asumsi yang terkait dengan metode statistik korelasi: besar korelasi atau korelasi antar dependen variabel harus cukup kuat, besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan mengangap tetap variabel yang lain, pengujian sebuah matriks korelasi diukur dengan besaran *Barlett Test Of Sphericity* atau dengan *Measure Sampling Adequacy* (MSA).

Setelah sampel didapat dan uji asumsi terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses analisis faktor. Proses tersebut meliputi: Menguji variabel apa saja yang akan dianalisis, selanjutnya menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, menggunakan Bartlett Test of Sphericity dan MSA, kemudian melakukan proses inti analisis faktor, yakni factoring, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya, dilanjutkan dengan melakukan proses factor rotation atau rotasi terhadap faktor yang terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu, selanjutnya menginterpretasi atau faktor yang telah terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut, terakhir memvalidasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

HASIL

Berisi hasil penelitian empiris atau kajian teoritis yang ditulis dengan sistematis, analisis yang kritis, dan informatif. Penggunaan tabel, gambar dsb hanya sebagai pendukung yang memperjelas pembahasan dan dibatasi hanya pada pendukung yang benar-benar substantial, misalnya tabel hasil pengujian statistik, gambar hasil pengujian model dsb. Tabel yang disajikan bukan berupa output olahan statistik, namun merupakan rangkuman hasil yang informatif. Gambar dan Tabel diletakkan secara konsisten di bagian tengah halaman, diberi

nomor dan judul di bagian atas untuk Tabel dan di bawah untuk Gambar. Setiap tabel atau gambar harus disitasi atau diberikan penejelasan. Penjelasan tabel bukan sekedar pengulangan angka-angka dalam tabel.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

No.	Item Pertanyaan	r. Hitung	r. Tabel	Keterangan
1.	Q1	0,447	0,213	VALID
2.	Q2	0,330	0,213	VALID
3.	Q3	0,443	0,213	VALID
4.	Q4	0,376	0,213	VALID
5.	Q5	0,323	0,213	VALID
6.	Q6	0,435	0,213	VALID
7.	Q7	0,441	0,213	VALID
8.	Q8	0,393	0,213	VALID
9.	Q9	0,486	0,213	VALID
10.	Q10	0,475	0,213	VALID
11.	Q11	0,389	0,213	VALID
12.	Q12	0,416	0,213	VALID
13.	Q13	0,372	0,213	VALID
14.	Q14	0,497	0,213	VALID
15.	Q15	0,337	0,213	VALID
16.	Q16	0,427	0,213	VALID
17.	Q17	0,413	0,213	VALID
18.	Q18	0,448	0,213	VALID

Sumber: Hasil SPSS Uji Validitas; 2023

Hasil tabulasi di setiap pertanyaan memiliki nilai r.Hitung lebih besar dari nilai r.Tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,711	18

Sumber: Hasil SPSS Uji Reliabilitas; 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha 18 indikator pernyataan memiliki hasil nilainya (0,711) lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pernyataan kuesioner dari indikator-indikator tersebut dinyatakan reliabel yang artinya data kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya setelah pembahasan kuesioner, maka dilakukan pembahasan untuk analisis faktor. Berikut ini adalah penjelasan dan langkah-langkah mengenai hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis faktor. Dimulai dengan menentukan variabel yang dianalisis, dalam penelitian ini adalah sebanyak 18 indikator variabel. Yang pada tahap sebelumnya telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Untuk itu maka ke 18 indikator variabel ini akan diuji dengan analisis faktor.

Selanjutnya ke 18 indikator variabel yang diuji, dimasukkan ke dalam analisis faktor untuk diuji nilai KMO dan Bartlett Test dan MSA (measures of sampling adequacy)., nilai MSA harus diatas 0,5. berikut ini adalah tabel dari nilai KMO dan Bartlett Test.

Tabel 4. Hasil Pengujian KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,595
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	248,674
	df	153
	Sig.	,000

Sumber: Hasil SPSS KMO and Bartlett's Test; 2023

Berdasarkan dari Label diatas dapat dilihat bahwa angka KMO dan Barlett Test adalah 0,595 dengan tingkat signifikansi 0.000 oleh sebab itu, maka variabel dan sampel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut.

Angka MSA dalam tabel anti image matriks, yang terdapat pada anti image correlation, menunjukkan nilai Citarasa Ikan Layang (Q1) adalah 0,692, Kegaran Ikan Layang (Q2) adalah 0,703, Ketebalan daging (kuantitas) Ikan Layang (Q3) adalah 0,618, Gizi (Q4) adalah 0,661. Harga Ikan layang (Q5) adalah 0,541, Kesesuaian manfaat dengan harga yang ditawarkan (Q6) adalah 0,596, kemampuan bersaing dengan harga pesaing (Q7) adalah 0,447, Harga yang ditawarkan oleh penjual (Q8) adalah 0,712, Kesiediaan ikan layang dalam pasar (Q9) adalah 0,586. Tingkat pelayanan penjual (Q10) adalah 0,776. Lokasi untuk membeli ikan layang (Q11) adalah 0,734. Kebiasaan (Q12) adalah 0,390. Usia (Q13) adalah 0,683. Profesi (Q14) adalah 0,608. Tingkat Penghasilan (Q15) adalah 0,665. Keluarga (Q16) adalah 0,618. Rekan kerja (Q17) adalah 0,658. Teman sekumunitas (Q18) adalah 0,655

Dari ke 18 indikator variabel yang ada, maka selanjutnya dapat dilihat nilai MSA nya. Apabila ada nilai MSA yang dibawah 0,5 maka variabel tersebut tidak dapat di analisis lebih lanjut. Dari ke 18 variabel terdapat nilai MSA yang nilainya kurang dari 0,5, adalah Kemampuan bersaing dengan harga pesaing (Q7) dengan nilai MSA 0,447 dan Kebiasaan dalam mengkonsumsi ikan layang (Q12) dengan nilai MSA 0,390, oleh sebab itulah Kemampuan bersaing dengan harga pesaing dan Kebiasaan dalam mengkonsumsi ikan layang dikeluarkan dari faktor karena memiliki angka MSA kurang dari 0,5.

Setelah variabel Kemampuan bersaing dengan harga pesaing dan Kebiasaan dalam mengkonsumsi ikan layang dikeluarkan dari faktor maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian ulang ke 16 variabel yang tersisa. Untuk melihat hal tersebut maka dapat dilihat dari nilai KMO dan Barlett Test serta Nilai MSA.

Tabel 5. Hasil Pengujian KMO and Bartlett's Test setelah test ulang

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,608
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	289,309
	df	183
	Sig.	,000

Sumber: Hasil SPSS KMO and Bartlett's Test; 2023

Dari hasil output pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai KMO dan Barlett Test mengalami kenaikan dari 0,595 menjadi 0,608 dengan tingkat signifikansi tetap (0,000). Hal ini disebabkan oleh penghilangan variabel dengan angka MSA terkecil.

Dilanjutkan dengan faktoring dari rotasi, yang diawali dengan menggunakan tabel *Communalities*, yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang sudah ada, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Dalam melakukan proses ekstraksi ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis*, setelah delapan faktor terbentuk untuk mengetahui dari sekian 16 variabel yang akan masuk dalam faktor mana, maka dilakukan proses rotasi dengan menggunakan metode *varimax* (bagian dari *orthogonal*)

Tabel 6. Hasil Tabel Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
Cita_Rasa (Q1)	1,000	,753
Kesegaran (Q2)	1,000	,704
Ketebalan_Daging (Q3)	1,000	,586
Gizi (Q4)	1,000	,640
Harga (Q5)	1,000	,617
Manfaat (Q6)	1,000	,643
Penawaran_Harga (Q7)	1,000	,724
Kesediaan (Q8)	1,000	,613
Pelayanan (Q9)	1,000	,785
Lokasi (Q10)	1,000	,754
Usia (Q11)	1,000	,756
Profesi (Q12)	1,000	,648
Tingkat_Penghasilan (Q13)	1,000	,674
Keluarga (Q14)	1,000	,666
Rekan_Kerja (Q15)	1,000	,599
Teman_Sekomunitas (Q16)	1,000	,688

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Hasil SPSS Communalities; 2023

Menurut Singgih Santoso (2004:42), menjelaskan bahwa tabel Communalities pada dasarnya adalah jumlah varian (bisa dalam persentase), suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Berdasarkan dari nilai-nilai yang ada pada tabel Communalities, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang ada dapat dijelaskan didalam faktor yang terbentuk, semakin besar nilai Communalities maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Dan dilanjutkan dengan menggunakan tabel varian, yang menjelaskan bahwa tabel Total Variance Explained, menggambarkan jumlah faktor yang terbentuk. Dalam melihat faktor yang terbentuk, maka harus dapat dilihat pada nilai Eigenvaluenya. Untuk menentukan faktor yang terbentuk maka harus dilihat nilai eigenvaluenya harus berada diatas satu, jika sudah berada dibawah satu maka sudah tidak tepat. Eigenvalue menunjukkan kepentingan relatif masing-masing factor dalam menghitung varians dari total variabel yang ada. Jumlah angka eigenvalue, susunanya selalu diurutkan pada nilai yang terbesar sampai yang terkecil.

Tabel 7. Hasil Tabel Total Variance Explained

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Loadings			Loadings		
				Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,883	18,020	18,020	2,883	18,020	18,020	1,638	10,240	10,240
2	1,642	10,260	28,280	1,642	10,260	28,280	1,635	10,218	20,458
3	1,439	8,992	37,272	1,439	8,992	37,272	1,612	10,073	30,531
4	1,319	8,246	45,518	1,319	8,246	45,518	1,545	9,657	40,189
5	1,298	8,115	53,634	1,298	8,115	53,634	1,507	9,420	49,609
6	1,256	7,847	61,481	1,256	7,847	61,481	1,458	9,114	58,723
7	1,013	6,334	67,815	1,013	6,334	67,815	1,455	9,092	67,815
8	,897	5,609	73,423						
9	,764	4,777	78,200						
10	,694	4,335	82,535						
11	,597	3,732	86,268						
12	,553	3,454	89,721						
13	,491	3,067	92,789						
14	,448	2,799	95,588						
15	,385	2,408	97,996						
16	,321	2,004	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Hasil SPSS Total Variance Explained; 2023

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 16 variabel (component) yang dimasukkan ke dalam analisis faktor, terlihat bahwa hanya 7 faktor yang terbentuk, karena dengan satu faktor sampai 7 faktor angka eigen values masih diatas 1, delapan faktor sudah berada dibawah 1, oleh sebab itulah hanya terbatas 7 faktor.

Tabel 8. Hasil Tabel Component Matrix Alpha

	Component Matrix^a						
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Cita_Rasa	,483	-,240	,345	-,099	,388	-,268	,334
Kesegaran	,352	-,614	,036	-,051	,396	,187	,084
Ketebalan_Daging	,423	,168	-,497	-,204	-,240	-,171	,064
Gizi	,365	-,558	,077	,401	-,141	,090	,027
Harga	,325	,353	,134	,417	,092	-,003	,432
Manfaat	,485	-,177	-,104	,338	-,271	-,352	,232

Penawaran_Harga	,477	,033	,302	-,542	-,247	,172	,140
Kesediaan	,521	-,271	-,430	-,173	-,019	,113	-,200
Pelayanan	,503	,408	-,264	-,382	,226	-,053	,308
Lokasi	,385	-,010	,454	,085	-,394	,483	-,053
Usia	,326	,054	-,005	,110	,681	-,029	-,412
Profesi	,527	,113	,278	-,200	-,086	-,112	-,469
Tingkat_Penghasilan	,286	,498	,176	,118	,188	,515	,020
Keluarga	,396	,434	-,110	,505	,000	-,112	-,205
Rekan_Kerja	,466	,036	,216	,001	-,223	-,474	-,245
Teman_Sekomunitas	,364	-,130	-,564	,137	-,089	,441	-,019

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

Sumber: Data Hasil SPSS Component Matrix; 2023

Setelah diketahui bahwa tujuh faktor adalah jumlah yang paling optimal. Maka tabel component matriks menunjukkan distribusi ke 16 variabel tersebut pada tujuh faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah factor loading, yang menunjukkan besarnya korelasi suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, faktor 5, faktor 6, faktor 7. Proses penentuan variabel mana yang akan masuk ke faktor mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

Tabel 9. Hasil Tabel Rotated Component Matrix Alpha

	Rotated Component Matrix ^a						
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Cita_Rasa	-,221	,745	,074	,153	,229	,083	,248
Kesegaran	,306	,762	-,104	-,050	-,112	,065	,011
Ketebalan_Daging	,395	-,186	-,039	,158	,544	-,009	,271
Gizi	,314	,345	,028	,033	-,419	,160	,468
Harga	-,152	,095	,661	-,114	,154	,053	,330
Manfaat	,147	,101	,101	,140	,064	-,002	,760
Penawaran_Harga	,017	,164	-,089	,223	,372	,708	-,017
Kesediaan	,682	,192	-,135	,225	,187	,037	,075
Pelayanan	,139	,154	,244	,065	,821	,047	-,031
Lokasi	,121	,004	,265	,164	-,268	,753	,061
Usia	,163	,443	,325	,419	-,019	-,385	-,321
Profesi	,070	,073	,055	,749	,073	,256	-,051
Tingkat_Penghasilan	,079	,013	,688	,011	,087	,289	-,322
Keluarga	,157	-,196	,619	,357	,007	-,205	,226
Rekan_Kerja	-,089	,015	-,016	,663	,085	,073	,373
Teman_Sekomunitas	,792	-,009	,158	-,157	,049	,057	,075

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 12 iterations.

Sumber: Data Hasil SPSS Rotated Component Matrix; 2023

Component matrix hasil proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa sekarang faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil, dan factor loading yang besar semakin diperbesar.

Dengan demikian, ke 16 variabel yang direduksi menjadi hanya terdiri dari 7 faktor, yaitu: Faktor 1 terdiri dari: Ketersediaan ikan layang di pasar tradisional maupun di tempat pelelangan, dan Teman Sekomunitas sebagai referensi dalam melakukan pembelian ikan layang. Faktor 2 terdiri dari: Citarasa ikan layang, Kesegaran ikan layang, dan Usia konsumen untuk mengkonsumsi ikan layang. Faktor 3 terdiri dari: Harga ikan layang, Tingkat Penghasilan konsumen, dan Keluarga sebagai referensi dalam pembelian ikan layang. Faktor 4 terdiri dari: Profesi konsumen ikan layang, dan Rekan Kerja sebagai referensi dalam pembelian ikan layang. Faktor 5 terdiri dari: Ketebalan daging ikan layang atau kuantitas ikan layang dan Pelayanan penjual terhadap pembeli. Faktor 6 terdiri dari: Harga yang ditawarkan oleh penjual terhadap konsumen, dan Lokasi penjual ikan layang terjangkau. Faktor 7 terdiri dari: Gizi yang terkandung pada ikan layang, dan manfaat yang diberikan ketika mengkonsumsi ikan layang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

PEMBAHASAN

Selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang telah terbentuk. Hal ini dilakukan agar bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Menurut Zaini Hasan dalam Fajar S. Saputro: 2007, mengatakan pemberian nama dan konsep tiap faktor ditentukan berdasarkan makna umum variabel yang tercakup didalamnya.

Berdasarkan penelitian Ujianto Jan Abdurrachman (2002:49), dalam penelitiannya mereka menentukan faktor-faktor yang paling dominan dengan melihat pada total nilai varians pada tabel Total Variance Explained berdasarkan hasil penelitian tersebut dan dari hasil analisis secara keseluruhan, ternyata faktor yang paling dominan yang menimbulkan keputusan pembelian Ikan Layang, secara berurutan adalah; faktor Distribusi, yang merupakan faktor yang paling dominan dengan nilai varians 18,020%, faktor produk dengan nilai varians adalah 10,260%, faktor Harga dengan nilai varians 8,992%, faktor Profesi dengan nilai varians 8,246%, faktor Pelayanan dengan nilai varians 8,115%, faktor Lokasi dengan nilai varians adalah 7,847%, dan faktor Gizi dengan nilai varians adalah 6,334%.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tertanggal faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Ikan Layang, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa melalui analisis faktor dapat diperoleh 7 faktor, faktor tersebut: Faktor 1 dinamakan faktor Distribusi terdiri dari: Ketersediaan ikan layang di pasar tradisional maupun di tempat pelelangan, dan Teman Sekomunitas sebagai referensi dalam melakukan pembelian ikan layang. Faktor 2 dinamakan faktor Produk terdiri dari: Citarasa ikan layang, Kesegaran ikan layang, dan Usia konsumen untuk mengkonsumsi ikan layang. Faktor 3 dinamakan faktor Harga

terdiri dari: Harga ikan layang, Tingkat Penghasilan konsumen, dan Keluarga sebagai referensi dalam pembelian ikan layang. Faktor 4 dinamakan faktor Profesi terdiri dari: Profesi konsumen ikan layang, dan Rekan Kerja sebagai referensi dalam pembelian ikan layang. Faktor 5 dinamakan faktor Pelayanan terdiri dari: Pelayanan penjual terhadap pembeli dan Ketebalan daging ikan layang atau kuantitas ikan layang. Faktor 6 dinamakan faktor Lokasi terdiri dari: Lokasi penjual ikan layang terjangkau, dan Harga yang ditawarkan oleh penjual terhadap konsumen. Faktor 7 dinamakan faktor Gizi terdiri dari: Gizi yang terkandung pada ikan layang, dan manfaat yang diberikan ketika mengkonsumsi ikan layang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujjianto. 2004. Analisis Faktor-Faktor Yang Meinimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6(1), 34 – 53.
- Abiyu, L. (2021). Analisis Faktor Yang Meimpeingaruhi Keiputusan Peimbeilian Sepatu Brand Lokal (Studi Pada Konsumen Footstep Footwear).
- Afma Bella Vista, Wiludjeng Roessali, M. M. (2021). Analisisjjs Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Semarang. 5, 108–115.
- Afriido. (2018). Analiisiis Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhii Konsumein Dalam Peimbeillian Siikat Giigii Formula. 55, 1–95.
- Alfiiana, R., Wiijayanto, D., & Jayanto, B. B. (2016). Analiisiis Tiingkat Keipuanan Neilayan Teirhadap Fasiliitas Peilabuhan Peirrikanan Nusantara (Ppn) Brondong, Lamongan. 7.
- Astutii, W. (2018). Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhii Keipuanan Konsumein Playground Café Dii Yogyakarta.
- Dharmawan, W. P., & Oktafanii, F. (2022). Analiisiis Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhii Peirubahan Peiriilaku Konsumein Dalam Keiputusan Peimbeillian Makanan Pada Apliikassii Gojeik. 5(1), 130–140. <https://doi.org/10.37531/Seijaman.Vxiix.456>
- Diiniiah., Mochammad, P S Dan Deidei S. 2012. Peilayanan Peilabuhan Peirrikanan Nusantara (Ppn) Teirhadap Keibutuhan Opeirasii Peinangkapan Iikan. *Jurnal Keibijjikan Sosiial Eikononii Keilautan Dan Peirrikanan*. 2(1) : 41-49. Uniiveirsiitas Diiponeigoro. Seimarang
- Eidy, S. (2019). Analiisiis Faktor – Faktor Yang Meimpeingaruhii Peiriilaku Konsumein Teirhadap Peirmiintaan Jagung Pada Tiingkat Rumah Tangga Dii Kecamatan Pasarwajo Kabupatein Buton. 01(05), 90–100.
- Giiang. (2018). Faktor – Faktor Yang Meimpeingaruhii Keiputusan Konsumein Meimiilih Kursus Meingeimudii Mobiil Deilta Dii Kota Samariinda.
- Hutamii, W. F. (2017). Populasi Dan Sampeil Dalam Peineiliitian. 6. https://www.reiseiarchgatei.net/publication/350958488_Populasi_Dan_Sampeil_Dalam_Peineiliitian
- lindah, J., & Dandy, K. (2022). Faktor Yang Meimpeingaruhii Keiputusan Peimbeillian Produk Fashiion Seicara Onliinei Meilalui Apliikassii Ei-Commeircei Pada Geineirasii Miileiniial Dii Jakarta. 1(2), 9–19.

- Jayakusumah, H. (2011). Skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi. In Phys. Reiv. Ei.
- Juhrah. (2018). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Manajemen Di Stie Wiidy Wiwaha Yogyakarta. 77. Kotleir, Philiip Dan Susanto, A.B. "Manajemen Pemasaran Di Indonesia", Salemba Empat, Jakarta, 2007.
- Kariina Niida Nandi, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Bus Rosalia Indah. 1–14.
- Kartikasari, R. D., Praseiyowati, K., & Suswadi. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta. 6698.
- Kotleir, Philiip. "Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengevaluasian", Salemba Empat, Jakarta, 2000.
- Kurniawati, Lisfaeni, & K. (2015). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ikan Bandeng Di Pasar Ikan Lamongan. Eikp, 13(3), 1576–1580.
- Kusuma, C. P. M., Boeisono, H., & Fitri, A. D. P. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Ikan Layang (Deicapirus Russeili) Di Pelebaran Perikanan Nusantara (Ppn) Brondong Lamongan Jawa Timur Analisis. Journal Of Fisheries Resources Utilization Management And Technology, 3(2012), 54–61.
- Lubi, Ei. 2011. Pelebaran Pelebaran Perikanan. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan. Iipb. Bogor.
- Maksum, M. F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Produk Melalui Media Sosial Facebook. 20.
- Mariana, R., Wadu, B., & Wirawan, R. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli, Kepuasan Konsumen Dan Peluang Pasar Smartphone Di Indonesia. 4221, 51–60.
- Noviani, Ei. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Online : B2c (Business To Customer) Di Kota Pekanbaru. Iii(2008), 23–40.
- Nugroho Wahyu, G. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Second (Studi Geografi Second Cabang Jember). 1–99.
- Prasitjo, Riistiyanti, Dan Ihalauw, John. "Perilaku Konsumen", Pelebaran Andii, Yogyakarta, 2005.
- Prahalad, Dan Varma. "Co Creation Competitive Consumer", Harvard Business Review, Usa, 2009.
- Priyono, Freidy Agus. "Analisis Faktor-Faktor Yang Diimbangkan Konsumen Dalam Memilih Minyak Goreng Ikan Dorang (Studi Kasus Pada Pt. Ikan Dorang Surabaya), Pps Untag, Surabaya 2001.
- Reizha, L. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Kedai Super Chickin Outlet Pundong, Bantul. March 2018, 1–15.

- Sarwono, J. 2006. Metode Peineiliitian Kuantitatiif Dan Kualitatiif. Graha Ilmu, Yogyakarta, 288 Hlm.
- Siinaga, F. M. Dan A. (2015). Analiisiis Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhii Peimbeillian Kopii linstan. 11(2), 175–180.
- Siinggih Santoso. 2004. Buku Latihan Spss Statiistik Parametriik. Jakarta : Pt. Eileix Meidia Komputiindo.
- Sugiyono. (2011). Metode Peineiliitian Kombinasii (Miixeid Meithod). Bandung : Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2008) "Metode Peineiliitian Biisniis". Peineirbiit Alfabeta, Bandung,
- Sugiyono. (2013). Metode Peineiliitian Kuantitatiif, Kualitatiif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Peineiliitian Peindiidikan (Peindeikatan Kuantitatiif, Kualitatiif, Dan R&D) (27th Eid.). Alfabeta.
- Tiimmeirman, V. A., Mandey, S., & Ratei, P. Van. (2017). Analiisiis Faktor-Faktor Yang Meimpeingaruhii Peirilaku Konsumein Teirrhadaap Keirputusan Peimbeillian Dii Teixsas Chiickeim Manado. 5(2), 1113–1122.
- Wahyu Tiita, S., & Imam, M. (2022). Analiisiis Faktor Yang Meimpeingaruhii Keputusan Peimbeillian Konsumein Pada Ei-Commeircei Tokopeidii. 2(1), 26–39. <https://doi.org/10.17977/Um066v2i12022p26-39>
- Waliinono, H. (2021). Strateigii Peimasaran Iikan Layang (Deicapteirus Ruseillii) Piindang Dii Keicamatan Heirlang Kabupatein Bulukumba.