

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiono (2017) Penelitian deskriptif merupakan sebuah prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak dan apa adanya. Metode deskriptif mampu memberikan gambaran mendalam mengenai berbagai gejala sosial tertentu atau suatu aspek kehidupan tertentu pada masyarakat yang akan diteliti.

#### A. Teknik Pengambilan Sampel

##### 1. Penentuan lokasi

Lokasi yang menjadi obyek penelitian ini yaitu Kota Yogyakarta. Penentuan lokasi obyek penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Alasan dipilihnya Kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian karena Kota Yogyakarta merupakan wilayah di DIY yang menempati posisi kedua terendah dalam tingkat konsumsi ikan di DIY dan satu-satunya wilayah yang mengalami penurunan tingkat konsumsi ikan dan penurunannya signifikan yakni pada tahun 2016-2017 yakni sebesar 8.19 Kg / Perkapita, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

Penentuan lokasi dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *multistage sampling*. Teknik *multistage sampling* adalah cara pengambilan sampel dimana kita memilih sebuah sampel dengan menggunakan kombinasi dari metode pengambilan sampel yang berbeda (Sugiyono, 2017). Langkah penentuan lokasi sampel dilakukan dengan membagi populasi menjadi kelompok atau kluster daerah. Beberapa kluster kemudian dipilih secara acak sebagai wakil dari populasi. Kota Yogyakarta memiliki 14 kecamatan sehingga dilakukan cabutundi untuk

memilih satu kecamatan yang akan digunakan sebagai lokasi pengambilan sampel. Setelah dilakukan cabut undi terpilih kecamatan Kotagede. Pada kecamatan kotagede terdapat 3 kelurahan, lalu dilakukan cabut undi kemudian terpilih kelurahan Rejowinangun. Di kelurahan Rejowinangun terdapat 13 RW. Dari 13 RW dilakukan cabut undi dan terpilih RW 12 (terdiri dari 4 RT yakni RT 37, RT 38, RT 39 dan RT 40) sebagai lokasi pengambilan sampel.

## 2. Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan acak sederhana. Pada penelitian ini lokasi pengambilan sampel terpilih yaitu Kecamatan Kotagede, Kelurahan Rejowinangun, RW 12 yang terdiri dari 4 RT yakni RT 37, RT 38, RT 39 dan RT 40. Dikarenakan jumlah dari masing RT bervariasi maka penentuan jumlah responden diambil menggunakan rumus slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Responden

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (Error Tolerance)

Berdasarkan data di lapangan, jumlah KK yang ada di RW 12 di Kelurahan Rejowinangun, Kecamatan Kotagede, Kota Yogyakarta yang terdiri dari 4 RT yaitu berjumlah 394 KK. Penentuan responden dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 80 responden. Pengambilan anggota sampel dilakukan dengan proporsional dari masing-masing RT dengan keterangan sebagai berikut :

Tabel 1. Proporsional jumlah responden

	Jumlah populasi	Jumlah proporsional sampel
RT 37	151	31
RT 38	46	9
RT 39	135	27
RT 40	62	13
Total	394	80

Adapun responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu anggota keluarga yang berperan sebagai pengurus konsumsi keluarga dan tinggal di lingkungan lokasi penelitian saat penelitian berlangsung, yang mana dalam 1 kk hanya diambil 1 sampel sebagai responden. Pengambilan responden dilakukan secara acak dengan sistem cabut undi. Pengambilan responden dengan mendata nama kepala keluarga masing-masing RT dengan nomor urut kemudian membuat undian dengan menuliskan nomor pada kertas, lalu peneliti melakukan cabut undi. Kk dengan nomor terpilih dalam undian dijadikan responden.

## B. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapat secara langsung dari obyek penelitian yakni masyarakat dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti dinas kelautan dan perikanan DIY dan Badan Pusat Statistik. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu mengenai konsumsi ikan DIY dan keadaan umum wilayah Kota Yogyakarta. Adapun data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dibantu kuesioner serta melakukan observasi. Kuesioner adalah daftar rangkaian pertanyaan tertulis mengenai suatu masalah yang akan diteliti dan bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian. Adapun data yang di peroleh dari wawancara yaitu mengena minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan dengan indikator minat *transaksional*, minat *referensial*, minat *preferensial* dan

minat *exploratif*, perilaku konsumsi masyarakat yang terdiri dari jumlah, frekuensi ikan yang di konsumsi dan pengeluaran masyarakat untuk mengkonsumsi ikan serta mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan.

### **C. Asumsi dan Batasan Masalah**

#### **1. Asumsi**

- a. Masyarakat dianggap bisa memilih mengkonsumsi jenis sumber protein apapun.
- b. Tingkat konsumsi ikan antar wilayah di lokasi penelitian dianggap homogen.
- c. Minat dan perilaku masyarakat tidak dipengaruhi lokasi.

#### **2. Batasan Masalah**

- a. Konsumsi ikan dihitung berdasarkan konsumsi keluarga responden.
- b. Ikan yang diteliti adalah ikan yang biasa dibeli / dikonsumsi oleh responden.
- c. Konsumsi ikan yang diteliti yaitu ikan dalam bentuk utuh tanpa bahan campuran.
- d. Minat dan perilaku konsumsi ikan yang diteliti yaitu minat dan perilaku masyarakat dalam pembelian ikan untuk konsumsi keluarga dan tidak untuk dijual.

### **D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **1. Minat konsumsi ikan**

Minat (*Interest*) merupakan ketertarikan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat konsumsi ikan digambarkan sebagai situasi

dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku masyarakat untuk mengkonsumsi ikan.

- a. Minat *transaksional*, menggambarkan ketertarikan seseorang untuk melakukan pembelian ikan yang dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 Tidak tertarik, 2 Kurang tertarik, 3 ragu-ragu, 4 Tertarik, 5 Sangat tertarik.
- b. Minat *referensial*, menggambarkan ketertarikan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain (keluarga, tetangga dan teman) yang dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 Tidak tertarik, 2 Kurang tertarik, 3 ragu-ragu, 4 Tertarik, 5 Sangat tertarik.
- c. Minat *preferensial*, menggambarkan ketertarikan seseorang untuk menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama. Preferensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya yang dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 Tidak tertarik, 2 Kurang tertarik, 3 ragu-ragu, 4 Tertarik, 5 Sangat tertarik.
- d. Minat *eksploratif*, minat ini menggambarkan ketertarikan seseorang untuk mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut yang dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 Tidak tertarik, 2 Kurang tertarik, 3 ragu-ragu, 4 Tertarik, 5 Sangat tertarik.

Tabel 2. Penentuan skor dan kategori minat konsumsi ikan

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
<b>Minat transaksional</b>					
Tertarik untuk mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan dijual dipasar.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk.	TT	KT	RR	T	ST
<b>Minat referensial</b>					
Tertarik untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk merekomendasikan pada tetangga untuk mengkonsumsi ikan	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengkonsumsi ikan	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan ikan.	TT	KT	RR	T	ST
<b>Minat preferensial</b>					
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial.	TT	KT	RR	T	ST
Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam.	TT	KT	RR	T	ST
Lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi.	TT	KT	RR	T	ST
Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan telur.	TT	KT	RR	T	ST
<b>Minat explorative</b>					
Tertarik mencari informasi tentang manfaat ikan.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik belajar memasak ikan.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik mencari informasi resep masakan ikan.	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik mencoba memasak berbagai resep masakan ikan	TT	KT	RR	T	ST
Tertarik menyaksikan tayangan orang memasak ikan.	TT	KT	RR	T	ST
Jumlah skor	21 – 105				

## 2. Perilaku konsumsi ikan

Perilaku (*behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu dalam melakukan suatu hal. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian atau konsumsi suatu produk. Perilaku konsumsi ikan diukur berdasarkan jumlah, frekuensi dan pengeluaran konsumsi ikan.

- a. Jumlah konsumsi ikan perkapita perbulan merupakan banyaknya konsumsi ikan 1 bulan ( jumlah konsumsi ikan sekeluarga dibagi dengan jumlah anggota keluarga yang mengonsumsi ikan).

Tabel 3. Jumlah Konsumsi ikan (Kg/ kapita/bulan)

Kg / kapita/bulan	Skor	Kategori
4. 80-6,00	5	Sangat tinggi
3. 60-4. 79	4	Tinggi
2. 40-3. 59	3	Sedang
1. 20-2. 39	2	Rendah
0-1. 19	1	Sangat rendah

- b. Frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan merupakan pengukuran berapa kali konsumen mengonsumsi ikan dalam 1 bulan.

Tabel 4. Frekuensi konsumsi ikan perbulan (kali)

Kali	Skor	Kategori
24-28	5	Selalu
18-23	4	Sangat sering
12-17	3	Sering
6-11	2	Kadang-kadang
0-5	1	Jarang

- c. Pengeluaran konsumsi ikan perkapita perbulan merupakan banyaknya uang yang dikeluarkan untuk seorang konsumen perbulan untuk membeli ikan.

Tabel 5. Pengeluaran untuk membeli ikan (Rp /kapita/ bulan)

Rp/kapita/bulan	Skor	Kategori
≥ 192. 000-240. 000	5	Sangat tinggi
144. 000-191. 999	4	Tinggi
96. 000-143. 999	3	Sedang
48. 000-95. 999	2	Rendah
0- 47. 999	1	Sangat rendah

Tabel 6. Penentuan skor dan kategori perilaku konsumsi ikan

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Jumlah Konsumsi ikan perkapita perbulan.	Sangat rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat tinggi
Frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan	Sangat rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat tinggi
Pengeluaran perkapita perbulan untuk membeli ikan.	Jarang	Kadang-kadang	Sering	Sangat sering	Selalu
Kisaran jumlah skor					3-15

### 3. Faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumsi ikan.

a. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu dan dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Pengetahuan terhadap ikan terbagi menjadi pengetahuan karakteristik ikan, manfaat ikan dan kandungan gizi ikan.

1) Pengetahuan seseorang terhadap karakteristik ikanyang dinilai berdasar kemampuan seseorang dalam menyebutkan karakteristik ikan segar dengan indikator penampakan warna mata ikan, penampakan insang, bau ikan dan tekstur ikan yang dinyatakan dengan skor 1 (tidak tahu sama sekali), 2 (menyebutkan 1 karakteristik yang benar), 3 (menyebutkan 2 karakteristik yang benar), 4 (menyebutkan 3 karakteristik yang benar), 5 (menyebutkan 4 atau lebih karakteristik dengan benar).

2) Pengetahuan seseorang terhadap manfaat mengkonsumsi ikan bagi manusia yang dinilai berdasar kemampuan seseorang dalam menyebutkan manfaat ikan yang dinyatakan dengan skor 1 (tidak tahu sama sekali), 2 (menyebutkan 1 manfaat yang benar), 3 (menyebutkan 2 manfaat

yang benar), 4 (menyebutkan 3 manfaat yang benar), 5 (menyebutkan 4 atau lebih manfaat dengan benar).

- 3) Pengetahuan seseorang terhadap kandungan gizi yang terkandung dalam ikan yang dinilai berdasar kemampuan seseorang dalam menyebutkan kandungan gizi ikan yang dinyatakan dengan skor 1 (tidak tahu sama sekali), 2 (menyebutkan 1 kandungan gizi dengan benar), 3 (menyebutkan 2 kandungan gizi dengan benar), 4 (menyebutkan 3 kandungan gizi dengan benar), 5 (menyebutkan 4 atau lebih kandungan gizi dengan benar).

Tabel 7. Penentuan skor dan kategori variabel pengetahuan

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Pengetahuan seseorang terhadap karakteristik ikan	Tidak tahu sama sekali	Menyebutkan 1 karakteristik dengan benar	menyebutkan 2 karakteristik dengan benar	Menyebutkan 3 karakteristik dengan benar	Menyebutkan 4 atau lebih karakteristik dengan benar
Pengetahuan seseorang terhadap manfaat mengkonsumsi ikan	Tidak tahu sama sekali	Menyebutkan 1 manfaat dengan benar	Menyebutkan 2 manfaat dengan benar	Menyebutkan 3 manfaat dengan benar	Menyebutkan 4 atau lebih manfaat dengan benar
Pengetahuan seseorang terhadap komposisi gizi yang terkandung dalam ikan	Tidak tahu sama sekali	Menyebutkan 1 kandungan gizi dengan benar	Menyebutkan 2 kandungan gizi dengan benar	Menyebutkan 3 kandungan gizi dengan benar	Menyebutkan 4 atau lebih kandungan gizi dengan benar
Jumlah skor	3 – 15				

b. Persepsi terhadap harga merupakan penilaian masyarakat terhadap jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan ikan. Indikator variabel harga yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga merupakan penilaian atau persepsi konsumen terhadap jumlah harga yang harus dikeluarkannya untuk membeli

/mengkonsumsi ikan yang dinyatakan dengan skor 1 tidak terjangkau, 2 kurang terjangkau, 3 netral, 4 terjangkau, 5 sangat terjangkau.

2) Daya saing harga ikan dengan ayam. Variabel harga dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 sangat lebih mahal, 2 lebih mahal, 3 sama saja, 4 lebih murah, 5 sangat lebih murah.

3) Daya saing harga ikan dengan daging sapi. Variabel harga dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 sangat lebih mahal, 2 lebih mahal, 3 sama saja, 4 lebih murah, 5 sangat lebih murah.

4) Daya saing harga ikan dengan telur ayam. Variabel harga dinilai berdasar persepsi konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 sangat lebih mahal, 2 lebih mahal, 3 sama saja, 4 lebih murah, 5 sangat lebih murah.

Tabel 8. Penentuan skor dan kategori variabel persepsi terhadap harga

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Keterjangkauan harga ikan.	Tidak terjangkau	Kurang terjangkau	Netral	Terjangkau	Sangat terjangkau
Daya saing harga ikan dengan harga daging ayam.	Sangat lebih mahal	Lebih mahal	Sama saja	Lebih murah	Sangat lebih murah
Daya saing harga ikan dengan harga daging sapi.	Sangat lebih mahal	Lebih mahal	Sama saja	Lebih murah	Sangat lebih murah
Daya saing harga ikan dengan harga telur.	Sangat lebih mahal	Lebih mahal	Sama saja	Lebih murah	Sangat lebih murah
Jumlah skor					4-20

c. Pendapatan Keluarga merupakan tingkat keuangan keluarga konsumen yang dihitung berdasarkan pemasukan perbulan. Variabel pendapatan diberikan skor berdasarkan kategori sebagai berikut :

Tabel 9. Penentuan skor dan kategori pendapatan keluarga (Rp)

Indikator	Skor	Kategori
> 3. 500. 000,00	5	Sangat tinggi
> 2. 500. 000,00 – s/d Rp. 3. 500. 000,00	4	Tinggi
> 1. 500. 000,00 s/d Rp. 2. 500. 000,00	3	Sedang
>500. 000,00 s/d Rp. 1. 500. 000,00	2	Rendah
≤ 500. 000,00	1	Sangat rendah
Jumlah skor		1 – 5

d. Ketersediaan ikan merupakan bagian pertama menuju arah konsumsi pangan sebab tidak mungkin kita mengonsumsi suatu makanan yang tidak tersedia.

Indikator variabel ketersediaan ikan yaitu kemudahan mendapatkan ikan, intensitas ketersediaan ikan dan keberadaan penjual ikan keliling.

- 1) Kemudahan mendapatkan ikan dinilai berdasar pemikiran seseorang terhadap kemudahan untuk menjangkau tempat penjualan ikan yang dinyatakan dengan skor 1 sangat tidak mudah, 2 tidak mudah, 3 ragu-ragu, 4 mudah, 5 sangat mudah.
- 2) Intensitas ketersediaan ikan yaitu seberapa seringnya ikan tersedia pada saat konsumen butuh, dinilai berdasar pengalaman konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 tidak pernah tersedia, 2 jarang tersedia, 3 kadang-kadang tersedia, 4 sering tersedia, 5 selalu tersedia.
- 3) Keberadaan penjual ikan keliling dinilai berdasar pengalaman konsumen yang dinyatakan dengan skor 1 tidak pernah, 2 jarang, 3 kadang-kadang, 4 sering, 5 selalu.

Tabel 10. Penentuan skor dan kategori variabel ketersediaan ikan

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Kemudahan mendapatkan ikan.	Sangat tidak mudah	Tidak mudah	Ragu-ragu	Mudah	Sangat mudah
intensitas ketersediaan ikan.	tidak pernah tersedia	jarang tersedia	kadang-kadang tersedia	sering tersedia	selalu tersedia
Keberadaan penjual ikan keliling.	tidak pernah	Jarang	kadang-kadang	Sering	Selalu
Jumlah skor	3 – 15				

### E. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan 2 teknik yaitu analisis deskriptif dan analisis korelasi Rank Spearman dengan pengukuran skor. Olahdata yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan Microsoft office excel dan SPSS. Adapun data yang diolah pada penelitian ini yaitu minat dan perilaku konsumsi ikan serta faktor-faktor yang berhubungan dengan minat dan perilaku konsumsi ikan.

#### 1. Analisis Deskriptif

Dalam menganalisis tujuan pertama dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisa minat dan perilaku masyarakat kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan. Untuk variabel minat, dan perilaku konsumsi ikan, analisa dilakukan pada skor yang diperoleh dari hasil kuesioner. Skoring dilakukan dengan menjumlahkan total skor dari seluruh indikator. Adapun minat dan perilaku konsumsi ikan digambarkan berdasarkan nilai akhir yang diperoleh. Penentuan kisaran skor minat konsumsi ikan dilihat dari interval skor.

Interval skor minat:

$$\begin{aligned} \text{Interval } (I) &= \frac{\text{skor max} - \text{skor min}}{\sum \text{kategori}} \\ &= \frac{(105-21)}{5} \\ &= 16,80 \end{aligned}$$

Interval skor perilaku:

$$\begin{aligned} \text{Interval } (i) &= \frac{\text{skor max} - \text{skor min}}{\sum \text{kategori}} \\ &= \frac{(15-3)}{5} \\ &= 2,40 \end{aligned}$$

Tabel 11. Capaian skor dan kategori minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat

Kategori	Capaian skor		
	Minat	Perilaku	%
Sangat rendah	21,01-37,80	3,01-5,40	20,01-36,00
Rendah	37,81-54,60	5,41-7,80	36,01-52,00
Sedang	54,61-71,40	7,81-10,20	52,01-68,00
Tinggi	71,41-88,20	10,21-12,60	68,01-84,00
Sangat tinggi	88,21-105,00	12,61-15,00	84,01-100,00

## 2. Analisis korelasi Rank Spearman

Dalam menganalisis tujuan kedua dan ketiga, teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan alat ujikorelasi rank spearman. Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat konsumsi ikan, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi ikan dan hubungan antara perilaku konsumsi dengan minat konsumsi. Analisis korelasi rank spearman merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk dua variabel berskala ordinal (Sugiyono, 2017).

### a. Tahapan uji Korelasi Rank Spearman

Dalam melakukan analisis data menggunakan alat uji korelasi Rank Spearman langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1) Merumuskan hipotesis

Faktor-faktor dengan minat konsumsi ikan

Ho: Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Ha: Terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Faktor-faktor dengan perilaku konsumsi ikan

Ho: Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Ha: Terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

2) Menentukan kriteria pengujian hipotesis

Ho ditolak dan Ha diterima bila harga  $\rho$  hitung lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas ( $\rho$ ) tabel sig. ( $0,05 \leq \text{sig.}$ ) atau ( $0,01 \leq \text{sig.}$ ) artinya signifikan.

Ho diterima dan Ha ditolak bila harga  $\rho$  hitung lebih kecil dari nilai probabilitas ( $\rho$ ) tabel sig. ( $0,05 > \text{sig.}$ ) atau ( $0,01 > \text{sig.}$ ) artinya tidak signifikan.

3) Membuat tabel untuk memudahkan perhitungan dan input data.

4) Menghitung nilai korelasi menggunakan program SPSS.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=0}^n d_1^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

rs: koefisien korelasi rank spearman / ( $\rho$ )

n: banyaknya subyek

di : selisih ranking dari variabel

5) Menentukan tingkat kesalahan / taraf signifikansi pengujian( $\alpha$ )

$\alpha = 0,01$  atau  $0,05$

6) Pengambilan kesimpulan

$p < \alpha$  (0,01 atau 0,05) Tolak  $H_0$

$p \geq \alpha$  (0,01 atau 0,05) Terima  $H_0$

Faktor-faktor dengan Minat konsumsi ikan

$H_0$  ditolak  $H_a$  diterima: Terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

$H_0$  diterima  $H_a$  ditolak: Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Faktor-faktor dengan perilaku konsumsi ikan

$H_0$  ditolak  $H_a$  diterima: Terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

$H_0$  diterima  $H_a$  ditolak: Tidak Terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

**b. Arah korelasi**

Arah korelasi bertujuan untuk menentukan arah hubungan antar variabel pada analisis korelasirank spearman.

Tabel 12. Arah korelasi

Nilai korelasi	Interpretasi arah korelasi
Positif (+)	Searah, semakin tinggi nilai variabel x maka semakin tinggi nilai variabel y
Negatif (-)	Berlawanan arah, semakin tinggi nilai variabel x maka semakin rendah nilai variabel y