

**MINAT DAN PERILAKU KONSUMSI IKAN MASYARAKAT  
KOTA YOGYAKARTA**

**NASKAH PUBLIKASI**



**Disusun oleh:**

**Andini Lolitasari**

**20150220105**

**Program Studi Agribisnis**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2019**

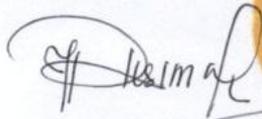
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**NASKAH PUBLIKASI**  
**MINAT DAN PERILAKU KONSUMSI IKAN MASYARAKAT KOTA**  
**YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Andini Lolitasari  
20150220105

Telah disetujui pada tanggal 27 Maret 2019.

Pembimbing Utama

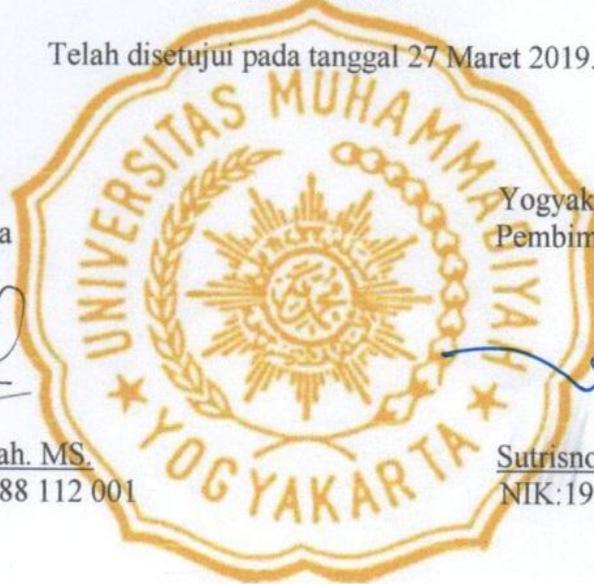


Ir. Siti Yusi Rusimah. MS.  
NIP : 19611026 1988 112 001

Yogyakarta, 27 Maret 2019  
Pembimbing Pendamping



Sutrisno SP., Mp.  
NIK:19700202199904133048



Mengetahui,

Ketua Program Studi Agribisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Ir. Eny Istiyanti, M.P.  
NIK : 19650120198812133003

# **MINAT DAN PERILAKU KONSUMSI IKAN MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA**

**Andini Lolitasari**

**Ir.Siti Yusi Rusimah, MS. / Sutrisno, SP. MP.**

**Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

## **ABSTRACT**

*The aims of this research is to determine the the interest and behavior of fish consumption of the people of the city of Yogyakarta, to determine the relationship between knowledge of fish, perceptions of price, family income and availability of fish with interest in consumption of fish in the city of Yogyakarta, to find out the relationship between knowledge and fish, family income, fish availability and interest in consumption of fish with fish consumption behavior of the people of Yogyakarta city. The data analysis used in this study is descriptive analysis, scoring, and spearman rank analysis. The data used in this study are primary data obtained directly from the people of Yogyakarta City through interviews with questionnaires. Based on the results of the study to 80 respondents in RW 12, Rejowinangun Village, Kotagede Subdistrict, the results of the study showed that the interest of the people of Yogyakarta City in consuming fish was in the moderate category with an average achievement score of 67.11. While the results for the fish consumption behavior of the people of Yogyakarta City fall into the very low category with an average score of 5.16. Associated with fish consumption of the people of Yogyakarta City with the fish consumption of the people of Yogyakarta City is quite significant. The relationship between the interest in fish consumption of the people of Yogyakarta City and the fish consumption behavior of the people of Yogyakarta City is significant. The results for factors related to the interest in fish consumption of the people of Yogyakarta City are significant, namely knowledge of fish, and family income. While the factors that are significantly related to consumption behavior are knowledge of fish, perception of price, family income and interest in consumption of fish.*  
*Keywords: Interest, Behavior, Fish Consumption, Society.*

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikandengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, Untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan denganperilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, skoring dan korelasi rank

spearman.Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari masyarakat Kota Yogyakarta melalui wawancara dengan kuesioner.Berdasarkan hasil penelitian kepada 80 responden yang ada di RW 12, Kelurahan Rejowinangun, kecamatan Kotagede, hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan masuk dalam kategori **sedang** dengan rata-rata capaian skor 67,11. Sedangkan hasil untuk perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta masuk dalam kategori **sangat rendah** dengan rata-rata capaian skor 5,16. Adapun hubungan antara minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu signifikan. Adapun hasil untuk faktor-faktor yang berhubungan dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yang signifikan yaitu pengetahuan terhadap ikan, dan pendapatan keluarga.Sedangkan faktor-faktor yang berhubungan signifikan dengan perilaku konsumsi yaitu pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga,pendapatan keluarga dan minat.

Kata kunci : Minat, Perilaku, konsumsi ikan, Masyarakat.

## PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia tengah dihadapkan pada tantangan dalam peningkatan konsumsi ikan oleh masyarakat. Pada tahun 2011 jumlah produksi ikan di Indonesia sebesar 13,6 juta ton, angka tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan negara tetangga yakni Malaysia dengan jumlah produksi ikan sebesar 1,60 juta ton. Meskipun sebagian besar wilayah Indonesia terdiri dari laut, yaitu kurang lebih 5,8 juta km dan merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, tingkat konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara tetangga. Pada tahun 2015 secara nasional Indonesia memiliki tingkat konsumsi ikan sebesar 41,11kg/kapita/tahun. Angka tersebut masih jauh dibawah Malaysia yang sebesar 70 kg/kapita/tahun (KKP dalam Detik Finance,2017).

Rendahnya tingkat konsumsi ikan di Indonesia tentu saja membutuhkan perhatian khusus dari berbagai kalangan khususnya Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). Saat ini Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) tengah giat mengampanyekan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN). Salah satu provinsi di Indonesia yang telah menerima sosialisasi Gemarikan yaitu DIY. Salah satu provinsi di Indonesia yang telah menerima sosialisasi Gemarikan yaitu DI Yogyakarta. DI Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menempati posisi terendah dalam angka konsumsi ikan nasional. Kota

Yogyakarta merupakan salah satu wilayah di DIY yang telah menerima sosialisasi Gemarikan.

Berdasarkan data BPS, Kota Yogyakarta merupakan salahsatu wilayah DIY dengan tingkat konsumsi ikan yang rendah. Pada tahun 2017, dengan jumlah penduduk sebanyak 422. 732,00, Kota Yogyakarta memiliki tingkat konsumsi ikan sebesar 18 kilogram perkapita pertahun, angka tersebut sangat jauh jika dibandingkan dengan tingkat konsumsi ikan nasional yang mencapai 47 kg per kapita per tahun (KKP: Konsumsi Ikan Ditargetkan 50,8 Kg per Kapita pada 2018). Dalam kurun waktu 2016-2017 di Kota Yogyakarta terjadi penurunan tingkat konsumsi ikan yang signifikan sebesar 8. 19 Kg/ Perkapita. Hal ini dinilai sebagai sebuah ketidakwajaran mengingat Kota Yogyakarta termasuk daerah yang telah menerima sosialisasi Gemarikan. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumsi. Berdasarkan penelitian Cahyani (2014), Eko (2016), Dexna (2013) dan Rakhmawati (2013) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan terhadap minat dan perilaku. Selain itu, berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2005) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara minat dengan perilaku. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dalam rangka mengetahui minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikandengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Teknik Pengambilan Sampel**

Lokasi yang menjadi obyek penelitian ini yaitu Kota Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta. Penentuan lokasi pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *multistage*

*sampling*. 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 dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang 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. Adapun data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dibantu kuesioner. 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 mengenai minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat serta faktor-faktor yang mempengaruhi.

## C. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan 2 teknik yaitu analisis deskriptif dan analisis korelasi Rank Spearman dengan pengukuran skor. Analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisa minat dan perilaku masyarakat kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan. Adapun minat dan perilaku konsumsi ikan digambarkan berdasarkan nilai akhir yang diperoleh. Penentuan kisaran skor minat dan perilaku konsumsi ikan dilihat dari interval skor.

Tabel 1 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

Dalam menganalisis tujuan kedua dan ketiga, teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan alat uji korelasi 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.

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 korelasi rank spearman.

Tabel 2. 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

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Profil Responden

Penelitian minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta ini dilakukan terhadap 80 orang responden yang dilakukan di 4 RT yang tercakup dalam 1 RW yakni RW 12 kelurahan Rejowinangun Kecamatan Kotagede, Kota Yogyakarta. Profilresponden pada penelitian ini dibedakan berdasar beberapa aspek yakni umur, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga.Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah anggota keluarga yang berperan sebagai pengurus konsumsi keluarga, hal ini bertujuan agar informasi yang didapatkan lebih terjamin sesuai dengan kondisi lapangan terkait minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat.

#### 1. Umur

Umur berkaitan dengan kematangan seseorang untuk berpikir dalam pengambilan sebuah keputusan. Umur juga merupakan salahsatu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang.Umur anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga di Kota Yogyakarta berkisar antara 24 sampai 72 tahun. Jika dianalisa berdasarkan kelompok umur, maka Umur anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga yang paling banyak yaitu umur 36 tahun keatas (Tabel 3).

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah(Jiwa)	Persentase (%)
24-35	13	16,25
36-47	25	31,25
48-59	26	32,50
60-72	16	20,00
Total	80	100,00

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga dengan rentang umur yang paling dominan yaitu 36 sampai 59 tahun yaitu sebanyak 63,75%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga adalah orang-orang yang memiliki umur yang sudah matang dalam mengambil keputusan. Sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga yang berumur matang ini menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumsi keluarga diatur sesuai

dengan kondisi keluarga, terutama dari kondisi ekonomi. Pengambilan keputusan konsumsi keluarga berdasarkan kondisi ekonomi keluarga dibuktikan oleh mereka dengan kecenderungan mereka untuk memilih membeli bahan makanan dan memasak makanan sendiri agar lebih menghemat pengeluaran.

## 2. Pekerjaan

Pada penelitian ini, pekerjaan merupakan profesi atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh pengurus konsumsi keluarga dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal pekerjaan memiliki keterlibatan dalam mempengaruhi kesibukan seseorang. Seseorang yang memiliki pekerjaan yang terikat dengan suatu instansi atau orang lain dapat menyebabkan berkurangnya waktu orang tersebut untuk mengerjakan pekerjaan rumah. Dalam penelitian ini pekerjaan anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga cukup bervariasi, namun pekerjaan pengurus konsumsi keluarga di Kota Yogyakarta didominasi oleh ibu rumah tangga.(Tabel 4).

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
IRT	54	67,50
PNS	5	6,25
Buruh	8	10,00
Pensiunan	4	5,00
Wiraswasta	5	6,25
Karyawan swasta	4	5,00
Total	80	100,00

\*IRT:Ibu Rumah Tangga

\*PNS:Pegawai Negri Sipil

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa pekerjaan anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga mayoritas adalah ibu rumah tangga, sedangkan sisanya yaitu buruh, PNS, wiraswasta, pensiunan dan karyawan swasta. Ibu rumah tangga menjadi pekerjaan mayoritas responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga memiliki waktu yang cukup luang untuk mengerjakan pekerjaan rumah termasuk memasak dan memilih berbagai bahan makanan.

## 3. Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan kumpulan orang-orang dalam 1 keluarga yang tinggal dalam 1 rumah. Jumlah anggota keluarga ikut serta dalam menentukan jumlah kebutuhan keluarga, artinya semakin banyak anggota

keluarga maka semakin banyak kebutuhan yang harus dipenuhi oleh sebuah keluarga. Jumlah anggota keluarga responden di Kota Yogyakarta yaitu berkisar antara 1 sampai 6 orang dalam 1 KK. Jumlah anggota keluarga masyarakat Kota Yogyakarta yang paling dominan yaitu 4 orang dalam 1 keluarga (Tabel 5).

Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga	Jumlah KK	(%)
1	2	2,50
2	11	13,75
3	19	23,75
4	32	40,00
5	14	17,50
6	2	2,50
Total	80	100,00

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa mayoritas jumlah anggota keluarga responden yaitu 4 orang dalam 1 keluarga yaitu sebanyak 40%. Banyaknya jumlah anggota keluarga mempengaruhi jumlah konsumsi keluarga serta jumlah pengeluaran keluarga. Hal ini karena semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh sebuah keluarga atau pembagian jatah konsumsi perkapita menjadi semakin sedikit bagi masing-masing anggota keluarga.

## B. Minat Konsumsi Ikan Masyarakat Kota Yogyakarta

Minat merupakan ketertarikan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku. Minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengonsumsi ikan diukur berdasarkan 4 indikator minat yaitu minat *transaksional*, minat *referensial*, minat *preferensial* dan minat *eksploratif*. Berdasarkan 4 indikator minat secara keseluruhan capaian skor berada pada rentang skor 54,61-71,40 atau 52,01-68,00% artinya minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengonsumsi ikan termasuk dalam kategori **Sedang**. (Tabel 6).

Tabel 2. Distribusi skor minat

Indikator	Total skor	Persentase (%)	Kategori
Minat <i>transaksional</i>	14,83	74,13	Tinggi
Minat <i>referensial</i>	17,30	57,67	Sedang
Minat <i>preferensial</i>	18,29	60,96	Sedang
Minat <i>Eksploratif</i>	16,70	66,80	Sedang
Total	<b>67,11</b>	<b>63,92</b>	<b>Sedang</b>

Interval kategori skor minat

21-37,80 atau 20,01-36,00% = Sangat Rendah

37,81-54,60 atau 36,01-52,00% = Rendah

54,61-71,40 atau 52,01-68,00% = Sedang

71,41-88,20 atau 68,01-84,00% = Tinggi

88,21-105 atau 84,01-100,00% = Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan dilihat dari 4 indikator minat yaitu minat *transaksional* dengan capaian skor sebesar 74,13% dalam kisaran 68,01-84,00% yang termasuk dalam kategori Tinggi, minat *referensial* dengan capaian skor sebesar 57,67% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori Sedang, minat *preferensial* dengan capaian skor sebesar 60,96% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori sedang dan minat *eksploratif* dengan capaian skor sebesar 66,70% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori sedang. Secara keseluruhan, diperoleh capaian skor total minat sebesar **67,11** atau **63,92%**. Capaian skor berada pada rentang skor 54,70-71,40 atau 52,01-68,00% artinya secara keseluruhan minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan termasuk dalam kategori **Sedang**.

### **1. Minat *transaksional***

Minat *transaksional* yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang dalam melakukan transaksi atau pembelian ikan yang diukur dari 4 indikator, yakni ketertarikan untuk mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani, ketertarikan untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk, ketertarikan untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan yang dijual dipasar, ketertarikan untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk. Berdasarkan hasil penelitian, minat *Transaksional* masyarakat Kota Yogyakarta termasuk dalam kategori **tinggi** dengan capaian skor sebesar **74,13%** dalam rentang skor 68,01-84,00% atau dengan total skor sebesar 14,83 dari kisaran skor 4-20.

### **2. Minat *Referensial***

Minat *Referensial* yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk mereferensikan ikan kepada orang lain yang diukur dari 6 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada

tetangga untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk menghadiahkan / memberikan ikan kepada orang lain, ketertarikan masyarakat untuk menyuguhkan tamu dengan ikan. Berdasarkan hasil penelitian minat referensial termasuk dalam kategori **sedang** dengan capaian skor sebesar **57.67%** atau dengan total skor sebesar **17,30** dari kisaran skor 6-30. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk mereferensikan ikan kepada orang lain masih kurang.

### **3. Minat *Preferensial***

Minat *Preferensial* yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama yang diukur dari 6 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk, ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit, ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan telur. Berdasarkan hasil penelitian minat *Preferensial* termasuk dalam kategori **Sedang** dengan capaian skor sebesar **60,96%** atau dengan total skor sebesar **18,29** dari kisaran skor 6-30.

### **4. Minat *Eksploratif***

Minat *Eksploratif* menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut yang diukur dari 5 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk mencari informasi tentang manfaat ikan, belajar memasak ikan, mencari informasi resep masakan ikan, mencoba memasak berbagai resep masakan ikan, menyaksikan tayangan orang memasak ikan. Dilihat dari 5 indikator tersebut, minat *eksploratif* masyarakat Kota Yogyakarta termasuk dalam kategori **sedang** dengan capaian skor sebesar **66,80%** atau dengan rata-rata total skor sebesar **16,70** dari kisaran skor 5-25.

### C. Perilaku Konsumsi Ikan Masyarakat

Dalam penelitian ini Perilaku konsumsi ikan masyarakat digambarkan dengan melakukan analisa skor. Perilaku konsumsi ikan diukur berdasarkan 3 indikator yakni jumlah konsumsi ikan perkapita perbulan, frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan, pengeluaran konsumsi ikan perkapita perbulan. Berdasarkan 3 indikator tersebut, perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta termasuk dalam kategori **sangat rendah** dengan capaian skor sebesar 34,43% atau dengan total skor sebesar 5,16 dari kisaran skor 3-15 (Tabel 7).

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa total skor perilaku dari 3 indikator yakni jumlah, frekuensi dan pengeluaran konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu sebesar 5,16 berada dalam rentang skor 3 – 5,40 atau sebesar 34,43% berada dalam rentang skor 21-40% termasuk dalam kategori **sangat rendah**.

Tabel 7. Distribusi perilaku konsumsi ikan masyarakat

Indikator	Interval	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
<b>Jumlah konsumsi ikan (Kg) perkapita perbulan</b>							
Sangat rendah	0-1. 19	1	51	63,75			
Rendah	1. 20-2. 39	2	12	15,00			
Sedang	2. 40-3. 59	3	8	10,00	1,73	34,50	Sangat rendah
Tinggi	3. 60-4. 79	4	6	7,50			
Sangat tinggi	4. 80-6	5	2	2,50			
<b>Frekuensi konsumsi ikan (kali) perkapita perbulan</b>							
Sangat rendah	0-5	1	42	52,50			
Rendah	6-11	2	18	22,50			
Sedang	12-17	3	13	16,25	1,90	38,00	Sangat rendah
Tinggi	18-24	4	0	0,00			
Sangat tinggi	25-28	5	7	8,75			
<b>Pengeluaran konsumsi ikan (Rp) perkapita perbulan</b>							
Sangat rendah	0- 47. 000	1	54	67,50			
Rendah	48. 000-95. 000	2	15	18,75			
Sedang	96. 000-143. 000	3	7	8,75	1,54	30,80	Sangat rendah
Tinggi	144. 000-191. 000	4	2	2,50			
Sangat tinggi	≥ 192. 000-240. 000	5	2	2,50			
<b>Total skor perilaku</b>			80	100	<b>5,16</b>	<b>34,43</b>	<b>Sangat rendah</b>

Interval kategori skor perilaku

3,01 - 5. 40= Sangat Rendah

5. 41 - 7. 80= Rendah

7. 81 - 10. 20 = Sedang

10. 21 - 12. 60= Tinggi

12. 61 – 15,00 = Sangat Tinggi

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa total skor perilaku dari 3 indikator yakni jumlah, frekuensi dan pengeluaran konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu sebesar 5,16 berada dalam rentang skor 3 – 5,40 atau sebesar 34,43% berada dalam rentang skor 21-40% termasuk dalam kategori **sangat rendah**.

#### **Hubungan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.**

Koefisien Korelasi minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.532 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.492 < (lebih kecil) dari 0.01 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara minat konsumsi dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2005) yang menyatakan bahwa perilaku merupakan minat yang di realisasikan dalam bentuk tindakan sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

#### **D. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat dan Perilaku Konsumsi Ikan**

Pada penelitian ini faktor-faktor yang dilihat hubungannya dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta adalah Pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan dan ketersediaan ikan dan faktor-faktor yang dilihat hubungannya dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta adalah Pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Tabel 8. Analisa korelasi faktor-faktor yang berhubungan dengan minat dan perilaku konsumsi ikan.

No	Variabel	Minat		Perilaku	
		Sig.	Koefisien Korelasi	Sig.	Koefisien Korelasi
1	Pengetahuan terhadap ikan	0.012 < 0.05	0.279*	0.043 < 0.05	0.227*
2	Persepsi terhadap harga	0.191 > 0.05	0.191	0.050 ≤ 0.05	0.220*
3	Pendapatan keluarga	0.005 < 0.01	0.312**	0.000 < 0.01	0.400**
4	Ketersediaan ikan	0.189 > 0.05	-0.148	0.851 > 0.05	0.021
5	Minat konsumsi ikan			0.000 < 0.01	0.492**

Keterangan :

\*\* Signifikan pada  $\alpha$  1 % (0,01)

\*Signifikan pada  $\alpha$  5 % (0,05)

Dari hasil analisis data diketahui bahwa dari empat variabel yakni pengetahuan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan, terdapat dua variabel yang berhubungan secara nyata terhadap minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, yaitu pengetahuan terhadap ikan dan pendapatan keluarga. Selain itu, dari hasil analisis data juga diketahui bahwa dari lima variabel yang diuji yakni pengetahuan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan, dan minat konsumsi ikan, terdapat 4 variabel yang berhubungan secara nyata terhadap perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan minat konsumsi ikan.

### 1. Pengetahuan terhadap ikan

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 3 indikator yakni pengetahuan karakteristik ikan segar, pengetahuan manfaat ikan dan pengetahuan kandungan gizi ikan. Berdasarkan 3 indikator tersebut, secara keseluruhan pengetahuan masyarakat terhadap ikan termasuk dalam kategori **rendah**.

#### a. Hubungan pengetahuan dengan minat konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi pengetahuan terhadap ikan dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.279 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.012, karena nilai sig. (2-tailed) 0.001 < (lebih kecil) dari 0.01 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$

diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pengetahuan dengan minat konsumsi ikan. Hubungan pengetahuan dengan minat konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pengetahuan dengan minat konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi pengetahuan masyarakat terhadap ikan maka semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Hasil penelitian serupa yakni penelitian yang dilakukan oleh Cahyani(2014) yang menyatakan bahwa konsumen dengan tingkat pengetahuan tinggi dan memiliki kesadaran terhadap efek positif suatu produk akan berdampak pada total konsumsi ikan.

#### **b. Hubungan pengetahuan terhadap ikan dengan perilaku konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi pengetahuan terhadap ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.227 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.043. Karena nilai sig.(2-tailed)  $0.043 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi pengetahuan masyarakat terhadap ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan terhadap perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur.

## **2. Persepsi terhadap harga**

Persepsi terhadap harga merupakan penilaian responden terhadap jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan ikan. Persepsi responden terhadap harga ikan dilihat dari 4 indikator yakni Keterjangkauan harga ikan, Daya saing harga ikan dengan ayam, Daya saing harga ikan dengan daging sapi, Daya saing harga ikan dengan telur ayam. Berdasarkan 4 indikator tersebut, secara keseluruhan persepsi masyarakat terhadap harga ikan termasuk dalam kategori baik.

#### **a. Hubungan persepsi terhadap harga dengan minat konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi persepsi dengan harga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.191 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.191. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.191 > (lebih besar) dari 0,01 atau 0.05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara persepsi dengan harga dengan minat konsumsi ikan yang artinya harga tidak menjadi masalah bagi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Artinya, baik yang memiliki persepsi baik atau buruk terhadap harga ikan memiliki minat mengkonsumsi ikan yang sama. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko (2016) yang menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli beras lokal.

#### **b. Hubungan persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.220 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.050. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.011 < (lebih kecil) dari 0.05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin baik persepsi masyarakat terhadap harga ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko (2016) yang menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli beras lokal.

### **3. Pendapatan keluarga**

Pendapatan Keluarga merupakan tingkat / jumlah keuangan keluarga konsumen yang dihitung berdasarkan pemasukan keluarga tiap bulan. Pendapatan keluarga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi keluarga karena semakin tinggi pendapatan keluarga maka keluarga akan semakin mudah memenuhi kebutuhan keluarga. Mayoritas pendapatan keluarga responden yaitu termasuk dalam kategori rendah yakni sekitar Rp. 500.000,00 s/d Rp. 1.500.000,00 sebanyak 41,25% namun rata-rata pendapatan responden yaitu

dengan rata-rata capaian skor sebesar 3,03 dengan persentase 60,50% termasuk dalam kategori **Sedang**.

**a. Hubungan Pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.312 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.005. Karena nilai sig. (2-tailed)  $0.000 <$  (lebih kecil) dari 0.01 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan. Hubungan pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi pendapatan keluarga maka semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Adanya hubungan antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi sesuai dengan penelitian Dexna (2013) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan tingkat pendapatan terhadap minat konsumsi masyarakat terhadap suatu produk yakni buah-buahan.

**b. Hubungan pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.400 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai sig. (2-tailed)  $0.000 <$  (lebih kecil) dari 0.01 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya terdapat hubungan searah antara pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan yang berarti semakin tinggi pendapatan keluarga masyarakat maka semakin tinggi perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan orangtua dengan perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur pada remaja.

**4. Ketersediaan ikan**

Ketersediaan ikan merupakan bagian pertama menuju arah konsumsi pangan sebab tidak mungkin seseorang mengonsumsi suatu makanan yang tidak tersedia. Indikator variabel ketersediaan ikan yaitu kemudahan mendapatkan ikan,

intensitas ketersediaan ikan dan keberadaan penjual ikan keliling. Berdasarkan 3 indikator tersebut, secara keseluruhan persepsi masyarakat terhadap ketersediaan ikan termasuk dalam kategori **tinggi**.

**a. Hubungan Ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan bernilai negatif sebesar -0.148 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.189. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.189 > (lebih besar) dari 0.01 atau 0.05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan yang artinya ketersediaan ikan tidak menjadi masalah bagi minat konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Rakhmawati (2013) yang menyatakan bahwa ketersediaan produk berhubungan signifikan dengan minat beli.

**b. Hubungan ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan.**

Koefisien Korelasi ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.021 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.851. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.851 > (lebih besar) dari 0.01 atau 0.05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan yang artinya ketersediaan ikan tidak menjadi masalah bagi perilaku konsumsi ikan masyarakat, baik masyarakat yang memiliki persepsi yang baik terhadap ketersediaan ikan atau tidak memiliki perilaku konsumsi ikan yang sama. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ketersediaan makanan dengan perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur pada remaja.

## **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan yaitu **sedang**. Berdasarkan minat masyarakat untuk membeli/mengkonsumsi ikan (minat *transaksional*) termasuk dalam kategori **tinggi**, namun dilihat dari minat masyarakat untuk merekomendasikan kepada orang lain (Minat *referensial*) termasuk dalam kategori **sedang**, bahkan khususnya keinginan masyarakat untuk merekomendasikan kepada teman dan

masyarakat luas sangat rendah. Dilihat dari minat masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk (minat *preferensial*) termasuk dalam kategori **sedang**. Selain itu, dilihat dari minat *eksploratif* juga dalam kategori **sedang**, khususnya pada item ketertarikan mencari informasi terkait manfaat ikan termasuk dalam kategori sedang.

Secara keseluruhan, perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu sangat rendah yang dilihat dari jumlah, frekuensi dan pengeluaran konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yang termasuk dalam kategorisangat rendah. Dilihat dari rata-rata jumlah konsumsi ikan masyarakat yang sebesar 1,38 Kg perkapita perbulan atau 16,55 Kg perkapita pertahun menunjukkan bahwa jumlah konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta tergolong **sangat rendah** dan masih jauh dari jumlah konsumsi ikan yang ditargetkan pemerintah yakni sebesar 3,91 Kg perkapita perbulan atau 47 Kg perkapita pertahun.

Faktor-faktor yang berhubungan positif dan signifikan dengan minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan adalah pengetahuan terhadap ikan dan pendapatan keluarga. Artinya, semakin tinggi pengetahuan masyarakat terkait ikan dan pendapatan keluarga maka minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan akan meningkat.

Faktor-faktor yang berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta adalah pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan minat konsumsi ikan. Artinya, semakin tinggi pengetahuan masyarakat terkait karakteristik ikan segar, manfaat dan kandungan gizi ikan, semakin tinggi pendapatan keluarga masyarakat dan minat konsumsi ikan maka perilaku konsumsi ikan masyarakat akan meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, F. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Johar Kota Semarang. *Journal of Agribisnis*.
- Bappeda.(2018). *Tingkat Konsumsi Ikan*. DI Yogyakarta. retrieved from <http://bappeda.jogjapro.go.id>

- Chandra, A.A. (2017). Konsumsi Ikan Orang RI Rendah, Di Bawah Malaysia dan Singapura. *detik finance* retrieved from <https://finance.detik.com>
- Cahyani P. (2015). *Model Konsumsi Ikan Pada Konsumen Muda, Studi Di Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bandar Lampung.
- Dexna, S.(2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Buah-Buahan Masyarakat*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Eko, P. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. Universitas Pasir Pengaraian.
- KKP: Konsumsi Ikan Ditargetkan 50,8 Kg per Kapita pada 2018. (2017). *Tempo*. <https://bisnis.tempo.co/read/1094997/kkp-konsumsi-ikan-ditargetkan-508-kg-per-kapita-pada-2018>
- Kotler & Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Indeks. Jakarta.
- Oktari. R. N. (2008). *Konsumsi Ikan Anak Usia Sekolah pada Keluarga Nelayan dan Non Nelayan Berdasarkan Keadaan Sosial Ekonomi*. Program Studi Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rakhmawati, R. K. (2013). Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.