

ABSTRAK
SIKAP KONSUMEN DALAM MEMBELI IKAN SEGAR
DI PASAR IKAN MODERN SABILULUNGAN KABUPATEN BANDUNG

Oleh
MOCHAMAD ARGY TAUFIQ
NPM 185009077

Dosen Pembimbing
Dedi Darusman
Hj. Candra Nuraini

Konsumen semakin selektif dalam melakukan pembelian ikan segar. Oleh karena itu perlunya mengetahui sikap konsumen dalam membeli ikan segar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan dan kepentingan konsumen pada atribut ikan segar serta sikap konsumen dalam membeli ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan kasus di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan jumlah responden sebanyak 38 orang. Responden adalah konsumen yang membeli ikan segar di pasar tersebut. Penentuan responden menggunakan teknik *accidental sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan bantuan kuesioner. Metode analisis untuk pengukuran sikap konsumen menggunakan model multiatribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari semua atribut yang diteliti yang memiliki tingkat kepercayaan konsumen tertinggi adalah harga dengan skor 4,1 dan yang memiliki tingkat kepentingan konsumen tertinggi adalah kesegaran dengan skor 4,5. Hasil analisis sikap konsumen dalam membeli ikan segar memperoleh kriteria sikap cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan atribut-atribut yang melekat pada ikan segar cukup memenuhi keinginan konsumen. Akan tetapi ada 7 atribut pada ikan segar yang belum memenuhi harapan konsumen diantaranya atribut tekstur, atribut ketersediaan, atribut aroma, atribut kesegaran, atribut kebersihan tempat, atribut keragaman, dan atribut pelayanan sehingga pedagang ikan ataupun pengelola perlu memperhatikan lagi atribut tersebut.

Kata Kunci : Ikan Segar, Multiatribut Fishbein, Sikap konsumen

ABSTRACT
CONSUMER ATTITUDE IN BUYING FRESH FISH
IN PASAR IKAN MODERN SABILULUNGAN KABUPATEN BANDUNG

By
MOCHAMAD ARGY TAUFIQ
NPM 185009077

Supervisor
Dedi Darusman
Hj. Candra Nuraini

Consumers are increasingly selective in purchasing fresh fish, therefore the need to know the attitude of consumers in buying fresh fish. This study aims to determine the level of consumer trust and interest in fresh fish attributes and consumer attitudes in buying fresh fish in Pasar Ikan Modern Sabilulungan. The research method used is a survey method with cases in Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung. The selection of research locations was on purpose by the number of respondents as many as 38 people. Respondents are consumers who buy fresh fish in the market. Determination of respondents using accidental sampling technique. Sources of data used are primary data and secondary data. Data was collected through observation and interviews with the help of a questionnaire. The analytical method for measuring consumer attitudes uses the fishbein multi-attribute model. The results showed that of all the attributes studied, the one with the highest level of consumer confidence was price with a score of 4.1 and the one with the highest level of consumer interest was freshness with a score of 4.5. The results of the analysis of consumer attitudes in buying fresh fish obtained the criteria for a fairly good attitude. This shows that all the attributes attached to fresh fish have fulfilled what consumers want. However, there are 7 attributes of fresh fish that have not met consumer expectations including texture attributes, availability attributes, aroma attributes, freshness attributes, cleanliness attributes, diversity attributes, and service attributes so that fish traders or managers need to pay more attention to these attributes.

Key words : Fresh Fish, Fishbein multiattribute, Consumer Attitude