

ABSTRAKSI

Jawa Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi sumber daya laut yang sangat besar. Terutama di wilayah pantai Selatan yang lautnya dalam dan berkarang kaya akan tangkapan komoditas ekspor, seperti ikan tuna besar, cakalang, kerapu, dan lobster. Namun potensi tersebut tidak didukung oleh sumberdaya manusia, teknologi, sarana dan prasarana, dan komunikasi yang memadai. Hal ini mengakibatkan hasil tangkapan nelayan di daerah pantai Selatan kurang memenuhi spesifikasi yang diminta dari pengepul ikan tuna, yang nantinya didistribusikan ke perusahaan pengalangan ikan tuna sesuai pula dengan spesifikasi yang diminta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengepul terhadap ikan tuna hasil tangkapan nelayan di daerah pantai Selatan Jawa Timur dengan menggunakan tiga variabel bebas yaitu: produk, harga, dan distribusi. Jumlah kuesioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 60 kuesioner. Untuk menguji kuesioner dilakukan uji Validitas dengan *Pearson Product Moment*, dan uji Reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 11.5. Untuk mencegah terjadinya bias dari hasil analisis, maka disertakan beberapa asumsi klasik yaitu, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 1,140 + 0,488x_1 + 0,180x_2 + 0,331x_3$$

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik simpulan bahwa variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, dan distribusi, memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial ataupun simultan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel yang terdiri dari produk, harga, dan distribusi, secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian sebesar 13,853. dengan menggunakan uji t dapat diketahui variabel yang dominan yaitu produk (x_1) sebesar 4,764.

Nilai koefisien determinan (R^2) adalah sebesar 0,653. Nilai ini menunjukkan bahwa 65,3% pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh produk, harga, distribusi, dan promosi sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi variabel lain diluar variabel bebas dalam penelitian ini.