

## Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan, Kepercayaan Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian Ikan di TPI Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes


*The Influence of Fish Buying and Selling Mechanisms, Customer Trust and Competitive Advantages on Fish Purchase Decisions at TPI, Krakahan Village, Tanjung District, Brebes Regency*

Diah Ayu Nurul Khofifah<sup>1\*</sup>, Hendri Sucipto<sup>2</sup>, Slamet Bambang Riono<sup>3</sup>, Indah Dewi Mulyani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia

E-mail: <sup>1\*</sup>[diahayunurul@gmail.com](mailto:diahayunurul@gmail.com), <sup>2</sup>[hendrisucipto313@gmail.com](mailto:hendrisucipto313@gmail.com), <sup>3</sup>[sbriono@gmail.com](mailto:sbriono@gmail.com),

<sup>4</sup>[mulyaniindahdewi342@gmail.com](mailto:mulyaniindahdewi342@gmail.com)

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article History:</b> Received: 13 August 2024 Revised: 16 August 2024 Accepted: 20 August 2024</p> <hr/> <p><b>Keywords:</b> Buying and Selling Mechanism, Purchase Decision, Competitive Advantage, Purchase Decision</p>	<p><i>The research was carried out at TPI Krakahan Village, Tanjung District, Brebes Regency. This study aims to determine the influence of fish buying and selling mechanisms, fisherman trust and the advantages of fishing on fish purchase decisions in TPI Krakahan Village, Tanjung District, Brebes Regency. This research is a type of quantitative research. The data collection method used in this study was by means of an interview with the head of TPI Krakahan Village, with sampling, namely non-probability sampling with purposive sampling technique. The data analysis in this study is a multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The data obtained was in the form of primary data, for secondary data obtained from other media sources such as books and journals related to the focus of this research. The results of this study show that the mechanism of buying and selling fish has a positive and significant influence on purchasing decisions at TPI with a value of table <math>t 3.277 &gt; \text{table } t 1.88282</math>, customer trust has a positive and significant effect on fish purchase decisions at TPI with a table value of <math>t 2.768 &gt; \text{table } t 1.88282</math>, and competitive advantage has a positive and significant effect on fish purchase decisions at TPI with table value <math>t 7.154 &gt; \text{table } t 1.88282</math>. The results of the simultaneous test showed that the variables of buying and selling mechanism, customer trust, and competitive advantage together affected the purchase decision with a value of <math>F \text{ table } 31.2651 &gt; F \text{ table } 2.46</math></i></p>
<i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC BY SA</a> license.</i>	
<p><b>Corresponding Author:</b> Diah Ayu Nurul Khofifah E-mail: <a href="mailto:diahayunurul@gmail.com">diahayunurul@gmail.com</a></p>	

### Abstrak

Penelitian yang dilaksanakan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mekanisme jual beli ikan, kepercayaan pelanggan dan keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara wawancara dengan kepala TPI Desa Krakahan, dengan pengambilan sampel yakni *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Data yang diperoleh berupa data primer, untuk data sekunder diperoleh dari sumber media lainnya seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan fokus penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme jual beli ikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di TPI dengan nilai tabel  $t 3,277 > \text{tabel } t 1,88282$ , kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI dengan nilai tabel  $t 2,768 > \text{tabel } t 1,88282$ , dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI dengan nilai tabel  $t 7,154 > \text{tabel } t 1,88282$ . Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan, dan keunggulan bersaing secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai tabel  $F 31,2651 > \text{tabel } F 2,46$ .

**Kata kunci:** mekanisme jual beli, keputusan pembelian, keunggulan bersaing, dan keputusan pembelian

## 1. PENDAHULUAN

Wilayah pesisir berfungsi sebagai titik daratan dan perairan terhubung. Wilayah pesisir dengan kondisi kering dan tertimbun air saat mendekati daratan dipengaruhi beberapa hal diantaranya angin laut, pasang surut, dan invasi air asin yang merupakan bagian dari kualitas laut. Sementara itu, kawasan tepi laut adalah bagian laut yang dipengaruhi siklus alam seperti aliran air tawar dan sedimentasi yang terjadi pencemaran dan penebangan pohon sembarangan. Masyarakat yang bermukim di wilayah pesisir menjadikan sektor perikanan dan kelautan sebagai sumber kehidupan atau pendapatannya.

Kabupaten brebes terletak di bagian Utara paling Barat Provinsi Jawa Tengah, di antara koordinat 1 108° 41'37,7"-109° 11'28,92" Bujur Timur dan 6° 44'56'5"-7° 20'51,48 Lintang Selatan dan berbatasan langsung dengan wilayah Provinsi Jawa Barat [1]. Brebes merupakan kabupaten yang sebagian besar wilayahnya adalah daratan rendah. Bagian barat daya merupakan daatan tinggi (dengan puncaknya Gunung Pojoktiga dan Gunung Kumbang). Bagian Tenggara terdapat pegunungan yang merupakan bagian dari Gunung Slamet dengan memiliki iklim tropis. Dengan iklim tropis, curah hujan rata-rata 18,94 mm per bulan. Kondisi itu menjadikan kawasan tersebut potensial untuk pengembangan produk pertanian seperti tanaman padi, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan sebagainya, dan untuk wilayah brebes utara termasuk daerah pesisir.

Wilayah pesisir pantai Kabupaten Brebes yang mempunyai panjang pantai ±72,93 km yang meliputi 14 desa di 5 kecamatan memiliki potensi yang tak ternilai bagi masyarakat [1]. Perairan pantai tidak saja menjadi sumber pangan yang produktif, tetapi juga sebagai gudang mineral, alur pelayaran, tempat rekreasi dan juga sebagai tangki pencerna bahan buangan hasil kegiatan manusia. Besarnya sumber alam yang terkandung di dalamnya, hayati maupun non hayati serta aneka kegunaan yang bersifat ganda merupakan bukti yang tidak dapat di sangkal, bahkan menjadi tumpuan harapan manusia dalam usahanya memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat pada masa mendatang.

Data yang diambil dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintah Desa, menunjukkan bahwa salah satu daerah pesisir yang ada di Kecamatan Tanjung yaitu Desa Krakahan. Desa yang memiliki luas wilayah kurang lebih 1.110 kilometer persegi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar wilayahnya merupakan pesisir laut yang mayoritas sebagian masyarakat penduduk desanya bermata pencaharian sebagai nelayan [2]. Dengan luas wilayah desanya sebagian lautan tentunya penduduk desa akan memanfaatkan hasil tangkapan nelayan menjadi berbagai penghasilan seperti mengolahnya menjadi ikan asin maupun olahan ikan lainnya untuk mendukung perekonomian di Desa.

Sebagian besar dari penduduknya ada 653 orang yang bermata pencaharian sebagai nelayan jika dilihat dari data pada tahun 2020 [1]. Dengan adanya potensi desa yang dimiliki, sebagian masyarakat akhirnya memanfaatkan hasil tangkapan ikan dari para nelayan agar bisa dijual kembali ke pasar ataupun diolah dan diperdagangkan. Data daftar raman TPI desa krakahan (periode April – Desember Tahun 2023) sebagai berikut:

**Tabel 1.** Daftar Raman Desa Krakahan Kec. Tanjung Kab.Brebes  
Periode April – Desember 2023

No	Bulan	Raman	
		Kg	Rp
1.	April	28.714	1.089.381.000
2.	Mei	71.569	2.384.176.000
3.	Juni	19.966	793.765.500
4.	Juli	9.888	86.918.000
5.	Agustus	11.746	526.133.500
6.	September	25.676	1.111.696.000
7.	Oktober	250.046	619.333.700
8.	November	37.476	1.513.124.500
9.	Desember	51.062	1.755.426.800

Sumber: Data TPI Desa Krakahan

Berdasarkan tabel 1, diketahui dari bulan ke bulan mengalami perbedaan dikarenakan musim yang tidak menentu bagi nelayan berangkat ke laut. Musim paceklik menyebabkan para nelayan sulit menangkap ikan di laut yang diakibatkan oleh cuaca yang kurang bersahabat dan menjadikan tidak tetapannya besaran pengasilan yang dialami kelompok nelayan dikarenakan harga mengalami kenaikan

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan, Kepercayaan Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian Ikan di TPI Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

pada saat musim paceklik, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yang membeli ikan pada TPI Desa Krakahan.

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi proses bagaimana pengambilan keputusan itu dilaksanakan [3]. Keputusan pembelian ialah pilihan dari dua tahapan opsi mencakup keputusan pembelian mengenai manfaat dan jenis produk keputusan mengenai waktu pembelian, juga cara pembayaran perusahaan perlu bisa pasarkan produk atau jasa yang diproduksi supaya pelanggan bisa setia dan perusahaan tidak kalah saing pada perusahaan lain [4].

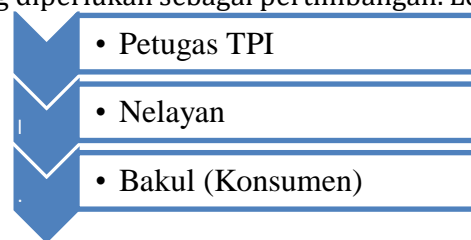
**Tabel 2.** Daftar Pembeli Pelelangan Ikan TPI Desa Krakahan

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	170
Februari	158
Maret	140
April	116
Mei	139
Juni	148
Juli	157
Agustus	167
September	144
Oktober	148
November	155
Desember	158
Total	1800

Sumber: Data TPI Desa Krakahan

Berdasarkan tabel 2, diketahui dari bulan ke bulan mengalami perbedaan dikarenakan musim yang tidak menentu bagi nelayan berangkat ke laut. Musim paceklik menyebabkan para nelayan sulit menangkap ikan dilaut yang diakibatkan oleh cuaca yang kurang bersahabat dan menjadikan tidak tetapannya besaran pengasilan yang dialami kelompok nelayan dikarenakan harga mengalami kenaikan pada saat musim paceklik, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yang membeli ikan pada TPI Desa Krakahan.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa [5]. Berdasar faktor-faktor tersebut akan dilakukan pertimbangan terhadap berbagai pilihan dan memilih satu atau lebih yang diperlukan sebagai pertimbangan. Lebih jelasnya lihat gambar berikut.



**Gambar 2.** Alur Keputusan Pembelian

Praktik jual beli ikan laut dengan sistem lelang di TPI Desa Krakahan dilakukan sebagai berikut:

- Pelaku jual beli lelang bayar dan terima, yaitu juru karcis dan juru kendali.
- Nelayan yang berperan sebagai pihak penghasil produksi berupa ikan laut
- Pera pembeli atau yang disebut dengan bakul sebagai peserta lelang yang berperan menjadi konsumen dari hasil produksi saat lelang, pembeli atau bakul juga yang nantinya menjual kembali hasil produksi dengan takaran yang lebih kecil di pasar atau tempat tertentu kepada masyarakat.

Praktik dilakukan sesuai prosedur yang dibuat oleh pihak TPI guna menciptakan keadaan yang kondusif dan terciptanya kelancaran dari masing-masing nelayan maupun para pembeli atau bakul. Praktik jual beli ikan laut dengan sistem lelang yang dilakukan di TPI Desa Krakahan dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Salah satunya lelang yang dilakukan harus di dalam TPI

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Desa Krakahan, tidak adanya aktivitas lelang yang dilakukan sendiri atau di luar manajemen TPI. Standar Operasional Prosedur lelang berdasarkan halaman resmi Dinas Kelautan dan Perikanan. Brebes yang menjadi ketentuan pengelolaan dan penyelenggaraan lelang di TPI Desa Krakahan diantaranya: nelayan melakukan kegiatan produksi di laut pada hari Selasa dengan rata-rata waktu dari Subuh sampai jam 3 sore di laut hingga ke dermaga TPI Desa Krakahan, nelayan melapor kepada pengurus yang bertugas di TPI Desa Krakahan agar mendapatkan karcis dan antrian lelang, nelayan membongkar muatan hasil produksi berupa ikan laut untuk dicuci dan disortir sesuai dengan jenis ikan dan di masukan kedalam keranjang ikan yang telah disediakan pihak TPI Desa Krakahan, nelayan membawa hasil produksi yang sudah ada kedalam keranjang untuk diperiksa dan ditimbang oleh petugas, petugas mencatat identitas nelayan, jenis ikan, jumlah dan nilai produksinya, keranjang disusun di tempat pelelangan dan petugas mempersiapkan peralatan yang akan digunakan untuk proses lelang, petugas menginformasikan bahwa akan ada pelaksanaan lelang dan pengawasan petugas keentuan saat lelang berlangsung, pelaksanaan lelang yang dipimpin oleh juru lelang dan pengawasan petugas, menentukan hasil pemenang lelang, pemenang lelang menyelesaikan administrasi dan menyetorkan retribusi sebesar 2,25% kepada petugas, dan petugas kasir bayar dan merekap laporan data administrasi dan menyetorkan pada kas daerah.

Dalam praktiknya di TPI Desa Krakahan terdapat beberapa ketentuan yang diperhatikan pada setiap pelaksanaan lelang agar berjalan dengan lancar dan tidak hanya perselisihan dari pihak manapun antara lain: bahwa hasil produksi berupa ikan laut dari nelayan harus dikelompokkan berdasarkan jenis, ukuran, dan kualitas, hasil produksi yang sudah diperiksa dan ditimbang, maka nelayan harus menerima karcis, hasil produksi harus disiapkan sebelum lelang dimulai, peserta lelang adalah bakul yang sudah daftar sebagai peserta lelang kepada petugas, bakul yang tidak memiliki simpanan wajib memberikan uang jaminan minimal 2,25% dari perkiraan nilai lelang kepada petugas TPI sebelum mengikuti proses lelang, proses lelang harus dipandu oleh juru lelang, bakul dengan tawaran harga tertinggi dan ditetapkan sebagai pemenang lelang oleh juru lelang harus diberikan karcis, pemenang lelang diberikan ikan setelah membayar tunai harga lelang dan retribusi kepada juru kasir dengan bukti karcis, dan nelayan meminta pendapatan hasil lelang di juru kasir dengan bukti karcis [6].

Indikator mekanisme jual beli [7] antara lain:

- a. Ekonomi, sebagai adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan hidupnya menggunakan sumber daya yang tersedia.
- b. Hukum, sebagai seperangkat aturan (perintah dan larangan) yang mengatur ketertiban masyarakat dan karena itu harus dipatuhi olehnya.
- c. Etika dari masing-masing pelaku, tentang yang baik dan yang buruk dengan memperhatikan tingkah laku manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal.
- d. Kehendak bebas, berarti bahwa setiap orang, baik secara individu maupun kolektif, memiliki kebebasan penuh untuk terlibat dalam kegiatan komersil.

### **Kepercayaan Pelanggan**

Luthfi (2011) dalam [8] kepercayaan adalah sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan merupakan variabel terpenting dalam membangun sebuah hubungan jangka panjang antara satu pihak dengan pihak lainnya [9]. Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya, sehingga kepercayaan merupakan variabel terpenting dalam menjalin hubungan jangka panjang antara satu pihak dengan pihak lainnya [10].

Adapun indikator kepercayaan pelanggan menurut Gefen (dalam [8] terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- a. Integritas (*integrity*) merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur. Integritas perusahaan tergantung dari konsistensi perusahaan dimasa lalu, komunikasi kredibel atau komunikasi tidak kredibel suatu perusahaan pada kelompok lain, dan apakah tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan janji atau kata-kata yang diucapkan perusahaan [11].
- b. Kebaikan (*benevolence*), yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk. disitula karyawan mempunyai kebaikan untuk membantu.

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

- c. Kompetensi (*competence*), merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan. Berdasarkan uraian diatas, maka indikator dalam penelitian ini yaitu integritas (*integrity*), kebaikan (*benevolence*), kompetensi (*competence*). Indikator tersebut dipakai karena dianggap sesuai dengan penelitian ini.

### Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah keunggulan atas kompetisi yang ada yang tidak dapat dilakukan oleh kompetitor dan dapat diterapkan dalam jangka waktu yang lama [12]. Keunggulan bersaing adalah ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing dalam tindakan serupa [13]. Menurut Reniati (2013) dalam [14] indikator keunggulan bersaing antara lain:

- Keunikan produk dan layanan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk membuat/menciptakan suatu produk yang sulit untuk ditiru oleh *competitor*.
- Harga/nilai yang ditawarkan harus sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen, yaitu harga yang ditawarkan harus sebanding dengan nilai dan kepuasan yang diterima oleh konsumen.
- Variasi produk/layanan yang diberikan beragam dan bisa dalam bentuk variasi produk atau jenis pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen.
- Reputasi perusahaan yang baik akan memberikan nilai lebih kepada konsumen untuk memberikan keputusan memilih produk dari perusahaan tersebut, maka brand image suatu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- Pengalaman konsumen akan suatu produk akan menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih suatu produk yang lebih baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Metode kuantitatif dikenal sebagai metode konvensional karena telah digunakan selama bertahun-tahun, sehingga telah menjadi tradisi dalam penelitian. Metode ini juga dikenal sebagai metode positivistik karena didasarkan pada filsafat positivisme. Selain itu, metode ini dianggap sebagai metode ilmiah karena memenuhi kriteria ilmiah, seperti konkret, empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini sering disebut sebagai metode penemuan (*discovery*) karena melalui metode ini, berbagai pengetahuan dan ilmu pengetahuan baru dapat ditemukan dan dikembangkan. Terakhir, metode ini dinamai metode kuantitatif karena data penelitiannya berbentuk angka-angka dan proses analisis melibatkan penggunaan statistik [15].

Lokasi penelitian di TPI Desa Krakahan terletak di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. TPI Desa Krakahan menawarkan berbagai jenis ikan yang dibutuhkan oleh bakul untuk dijual kembali. TPI Desa Krakahan adalah tempat untuk nelayan mendaratkan tangkapan laut yang kemudian dilelangkan serta aktivitas jual beli hasil laut.

Definisi operasional variabel digunakan untuk mengukur atau mengamati suatu konstruk atau konsep tertentu dalam konteks penelitian. Definisi operasional variabel merupakan pandangan mengenai pengertian atau istilah yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris, maka peneliti mengelompokkan definisi operasional berikut.

- a. Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ )

**Tabel 3.** Operasionalisasi Variabel Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ )

Variabel	Indikator	Pernyataan
Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ) [7]	Ekonomi	Pertumbuhan ekonomi
		Pengangguran
	Hukum	Kepastian hukum
		Penegakkan hukum
	Etika dari Masing- masing Pelaku Kehendak Bebas	Tanggung jawab sosial Kejujuran dan integritas Kegiatan memilih Hak kepemilikan pribadi

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

b. Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ )

**Tabel 4.** Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ )

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) [8]	Integritas ( <i>integrity</i> )	Konsistensi perusahaan dalam menepati janji
	Kebaikan ( <i>benevolence</i> )	Komunikasi yang kredibel
		Kemauan karyawan
		Tujuan dan motivasi untuk kebaikan
	Kompetensi ( <i>competence</i> )	Kemampuan memecahkan masalah
		Pengaruh dominan dalam industri

c. Keunggulan Bersaing ( $X_3$ )

**Tabel 5.** Operasionalisasi Variabel Keunggulan Bersaing ( $X_3$ )

Variabel	Indikator	Pertanyaan	
Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ) Reniati (2013) dalam [14]	Keunikan produk dan layanan	Inovasi dalam desain produk	
	Harga/nilai	Diferensiasi layanan	
	Variasi produk/layanan		Kesesuaian harga dengan kualitas
			Persepsi nilai pelanggan
	Reputasi perusahaan	Ragam produk yang ditawarkan	
	Pengalaman konsumen	Kustomisasi dengan kebutuhan masyarakat	
		Citra merek yang positif	
		Kepercayaan publik	
		Tingkat kepuasan pelanggan	
		Kesan positif yang ditinggalkan	

d. Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 6.** Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Pertanyaan	
Keputusan Pembelian (Y) Reniati (2013) dalam [14]	Pengenalan kebutuhan	Kebutuhan akan ikan segar	
	Pencarian informasi	Kebutuhan akan kualitas ikan yang lebih baik	
	Pengevaluasian alternatif		Informasi tentang kualitas ikan
			Perbandingan harga ikan
	Keputusan pembelian		Perbandingan kualitas ikan
			Evaluasi harga dan kualitas
	Perilaku sesudah pembelian		Memilih ikan
			Keputusan untuk membeli dalam jumlah besar
			Evaluasi kualitas ikan setelah pembelian
			Reaksi terhadap pengalaman pembelian ikan

Jumlah angket yang disebar sebanyak 109 butir angket, setiap angket berisi 8 pertanyaan untuk mekanisme jual beli, 6 pernyataan untuk variabel kepercayaan pelanggan, 10 pernyataan untuk variabel keunggulan bersaing, 10 pernyataan untuk variabel keputusan pembelian. Populasi penelitian ini yaitu pembeli atau pelanggan TPI Desa Krakahan pada tahun 2023 sejumlah 1.800 pembeli. Rata-rata sebulan jumlah pembeli sebanyak 150. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di wilayah Krakahan, Tanjung, Brebes dan sekitarnya yang datang ke TPI Desa Krakahan. Rumus pengambilan sampel untuk populasi yang sudah diketahui jumlahnya dapat digunakan rumus Slovin dengan margin error 10% didapat 109 responden. Data yang telah diperoleh akan diolah dengan menggunakan program SPSS. Instrumen diuji validitas dan reliabilitas. Pengujian asumsi klasik yang digunakan terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Uji Instrumen Penelitian

###### Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menilai keabsahan atau kevalidan suatu instrumen, dalam

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan, Kepercayaan Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian Ikan di TPI Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

hal ini kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan di dalamnya mampu mengukur aspek yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut [21]. Pengujian validitas biasanya melibatkan korelasi skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan total skor dari konstruk yang diukur oleh kuesioner. Jika nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel pada signifikansi 0,3961, maka butir pertanyaan atau pernyataan tersebut dianggap valid.

Berikut ini hasil uji validitas:

**Tabel 7.** Hasil Uji Validitas

Item Kuesioner	Mekanisme Jual Beli (X <sub>1</sub> )	Kepercayaan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	Keunggulan Bersaing (X <sub>3</sub> )	Keputusan Pembelian (Y)	Nilai r tabel	Ket.
1	.594	.743	.729	.575	0,3610	Valid
2	.859	.686	.817	.570		
3	.622	.758	.797	.671		
4	.883	.775	.594	.723		
5	.811	.685	.773	.405		
6	.739	.641	.706	.583		
7	.663		.729	.591		
8	.478		.596	.634		
9			.820	.696		
10			.639	.790		

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel 8, mengindikasikan bahwa semua variabel memiliki nilai r hitung di atas r tabel 0,3610, yang berarti semua instrumen valid.

### Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas.

**Tabel 8.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Mekanisme Jual Beli (X <sub>1</sub> )	0.904	0,6	Reliabel
Kepercayaan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	0.891	0,6	Reliabel
Keunggulan Bersaing (X <sub>3</sub> )	0,925	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,885	0,6	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel 8, hasil uji reliabilitas, semua variabel dapat dipercaya karena nilai Cronbach's Alpha sebesar  $\geq 0,60$ . Oleh karena itu, instrumen pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel dan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

### Uji Normalitas

Berikut ini hasil uji normalitas.

**Tabel 9.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.47324538
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.045
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

Sumber: Data yang diolah

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Berdasarkan hasil uji tabel 9, bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang ditunjukkan dengan *Asymp.Sig (2-tailed)* berada di atas 0,05 atau 5% yaitu sebesar 0.067, sehingga variabel-variabel dalam penelitian ini terdistribusi secara normal yang artinya asumsi normalitas terpenuhi.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui adanya masalah multikolinieritas dengan menganalisis besarnya *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Jika  $VIF > 10$  maka artinya terjadi korelasi antar variabel independen dan sebaliknya. Kemudian jika nilai  $VIF < 10$  maka artinya tidak terjadi korelasi antar variabel. Berikut ini hasil uji multikolinieritas.

**Tabel 10.** Hasil Uji Multikolinieritas

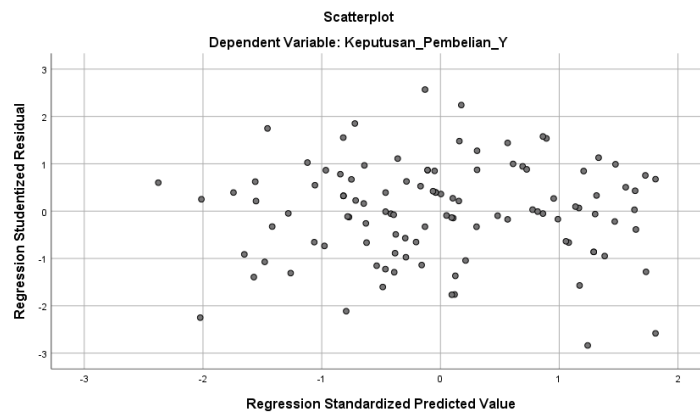
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Mekanisme_Jual_Beli_X <sub>1</sub>	.918	1.089
Kepercayaan_Pelanggan_X <sub>2</sub>	.941	1.062
Keunggulan_Bersaing_X <sub>3</sub>	.951	1.052

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

Sumber: Data yang diolah

Hasil analisis *Collinearity Statistics* pada model ini mengungkapkan statistik *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* untuk masing-masing variabel. *Tolerance* yang rendah menunjukkan tingkat multikolinieritas yang tinggi, sementara *VIF* yang tinggi juga mengindikasikan adanya multikolinieritas dalam model. Nilai *VIF* dari masing-masing variabel *independent* sebesar  $\leq 10$  dan hasil nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$ .

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 1, menunjukkan bahwa *scatterplot* yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena plot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola. Hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini sesuai dengan pernyataan dimana titik-titik membentuk pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah sumbu Y yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian antara residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Identifikasi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* serta menggunakan uji *Spearman* Heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas [16].

### Uji t Parsial

Berikut ini hasil uji t (parsial).

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

**Tabel 11.** Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	15.011	3.056		4.912	.000
Mekanisme_Jual_Beli_X1	.187	.057	.243	3.277	.001
Kepercayaan_Pelanggan_X2	.200	.072	.202	2.768	.007
Keunggulan_Bersaing_X3	.401	.056	.520	7.154	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

Sumber: Data yang diolah

Berdasar tabel 11, didapat nilai probabilitas variabel independen yaitu mekanisme jual beli ( $X_1$ ) sebesar 3.277 pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ . Sedangkan nilai t tabel ( $df=n-k$ ) atau ( $df = 109-3-1$ ) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98282. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung mekanisme jual beli ( $X_1$ )  $>$  t tabel ( $3.277 > 1.98282$ ). Selain itu didapat nilai signifikansi (Sig) variabel mekanisme jual beli ( $X_1$ ) sebesar  $0.001 <$  nilai Sig. 0.05, yang berarti *terdapat pengaruh positif dan signifikan* variabel mekanisme jual beli terhadap keputusan pembelian di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

Nilai probabilitas variabel independen yaitu kepercayaan pelanggan ( $X_2$ ) sebesar 2.768 pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ . Sedangkan nilai t tabel ( $df=n-k$ ) atau ( $df = 109-3-1$ ) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98282. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung kepercayaan pelanggan ( $X_2$ )  $>$  t tabel ( $2.768 > 1.98282$ ). Selain itu didapat juga nilai signifikansi (Sig) variabel kepercayaan pelanggan ( $X_2$ ) sebesar  $0.007 <$  nilai Sig. 0.05, pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ , yang berarti *terdapat pengaruh positif dan signifikan* variabel kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

Nilai probabilitas variabel independen yaitu keunggulan bersaing ( $X_3$ ) sebesar 7.154 pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ . Sedangkan nilai t tabel ( $df=n-k$ ) atau ( $df = 109-3-1$ ) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98282. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung keunggulan bersaing ( $X_3$ )  $>$  t tabel ( $7.154 > 1.98282$ ). Selain itu didapat juga nilai signifikansi (Sig) variabel keunggulan bersaing ( $X_3$ ) sebesar  $0.000 <$  nilai Sig. 0.05, pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ , yang berarti *terdapat pengaruh positif dan signifikan* variabel keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:  $Y = 15,011 + 0,187X_1 + 0,200 X_2 + 0,401X_3 + e$

- Nilai konstanta dari hasil persamaan tersebut sebesar 15,011, artinya bahwa tanpa adanya variabel independen Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ), Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ) akan variabel dependen yaitu variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai konstan (tetap) sebesar 15,011, maka kemungkinan keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes akan meningkat sebanyak 15,011 satuan.
- Variabel Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ), memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,187 yang berarti bahwa Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ), memiliki hubungan positif yang searah dengan Keputusan Pembelian (Y) Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ) meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,187 satuan dan begitupun sebaliknya.
- Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,200 yang berarti bahwa Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) memiliki hubungan positif yang searah dengan motivasi belajar (Y). Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,200 satuan dan begitupun sebaliknya.
- Variabel Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,401 yang berarti bahwa Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ) memiliki hubungan positif yang searah dengan Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ) meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,401 satuan dan begitupun sebaliknya.

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

## Uji Simultan

Berikut ini hasil uji simultan.

**Tabel 12.** Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	590.049	3	196.683	31.261	.000 <sup>b</sup>
Residual	660.630	105	6.292		
Total	1250.679	108			

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel 12, hasil Uji Simultan (Uji F), diperoleh tingkat signifikansi 0.000. Nilai signifikansi yang dihasilkan tersebut lebih kecil dari 0.05 atau  $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}} = 31.261 > 2.46$ .  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2.46 diperoleh dengan melihat table F dengan derajat  $df=1$  ( $109-3-1$ ) pada taraf signifikansi 0,05.

Signifikan tidaknya pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen dilakukan dengan melihat probabilitas F hitung (nilai Sig. F) dari seluruh variabel bebas pada taraf uji  $\alpha = 5\%$ . Jika probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig. F} < \alpha$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang memiliki arti bahwa variabel independen secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Karena tingkat signifikansi pada uji Anova sebesar 0.000 di bawah 0.05 dan  $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan dan keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, sehingga hal ini berarti bahwa variabel keputusan pembelian di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes dapat dijelaskan secara signifikan oleh mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan dan keunggulan bersaing.

## Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 13.** Hasil Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687a	.472	.457	2.50833

Predictors: (Constant), Keunggulan\_Bersaing\_X3, Kepercayaan\_Pelanggan\_X2, Mekanisme\_Jual\_Beli\_X1  
b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

Sumber : Data yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.13, Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent*. Dari Tabel 4.8 terlihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,457 atau 45,7%, artinya variabel *independent* Mekanisme Jual Beli ( $X_1$ ), Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Keunggulan Bersaing ( $X_3$ ), dalam menjelaskan dan memprediksi variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 45,7%, dan sisanya sebesar 54.3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

## Pembahasan Hasil Penelitian

### a. Mekanisme Jual Beli terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mekanisme jual beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, artinya *hipotesis* pertama dapat diterima. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mekanisme jual beli yang diterapkan di TPI Krakahan, yang mencakup transparansi dalam penentuan harga, kelancaran proses transaksi, dan ketersediaan informasi yang memadai, terbukti meningkatkan keyakinan dan kepuasan pelanggan. Dengan adanya mekanisme yang baik, pembeli merasa lebih

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

aman dan nyaman dalam melakukan transaksi, sehingga mereka cenderung lebih sering dan konsisten dalam membuat keputusan untuk membeli ikan di lokasi tersebut.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap mekanisme jual beli di TPI Krakahan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Kepercayaan ini terbentuk karena pelanggan merasa yakin bahwa mekanisme jual beli yang ada di TPI telah memenuhi standar yang mereka harapkan, baik dari segi kualitas produk maupun integritas transaksi. Kepercayaan yang kuat ini pada gilirannya mendorong pelanggan untuk terus melakukan pembelian di TPI Krakahan, yang pada akhirnya meningkatkan volume transaksi dan stabilitas pasar.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mekanisme jual beli yang efektif tidak hanya memperkuat hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi TPI Krakahan dibandingkan dengan pasar lainnya. Dengan mekanisme yang efisien, TPI Krakahan mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, sehingga berdampak positif pada keputusan pembelian secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola TPI untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas mekanisme jual beli yang ada, guna memastikan keberlanjutan kepercayaan pelanggan dan daya saing pasar. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya yakni Harga et al., (2019) yang menyatakan bahwa mekanisme jual beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Melihat dari nilai koefisien mekanisme jual beli sebesar 0,187 yang mengindikasikan bahwa mekanisme jual beli memiliki hubungan searah yang positif dengan keputusan pembelian. Hal itu mengindikasikan bahwa jika mekanisme jual beli semakin besar maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang lebih besar.

#### **b. Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, artinya *hipotesis* kedua *dapat diterima*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap penjual dan proses transaksi di TPI Krakahan terbukti menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli ikan. Pelanggan yang merasa yakin akan kejujuran penjual, kualitas ikan yang dijual, dan keamanan transaksi cenderung lebih sering melakukan pembelian dan memilih TPI Krakahan sebagai tempat utama untuk memenuhi kebutuhan ikan mereka.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak hanya dibangun melalui pengalaman langsung tetapi juga melalui reputasi yang baik dari TPI Krakahan secara keseluruhan. Reputasi yang positif, didukung oleh testimoni dari pelanggan lain dan pengalaman berbelanja yang konsisten, memperkuat keyakinan pelanggan baru maupun lama terhadap kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan aset penting yang harus dikelola dengan baik oleh pengelola TPI untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Selain itu, temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki efek domino yang berkelanjutan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki pelanggan, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan TPI Krakahan kepada orang lain. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan merupakan strategi yang krusial untuk memastikan kelangsungan bisnis dan daya saing TPI Krakahan di masa depan.

Melihat dari nilai koefisien kepercayaan pelanggan sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki hubungan searah yang positif dengan keputusan pembelian. Hal itu mengindikasikan bahwa jika kepercayaan pelanggan semakin besar maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang lebih besar.

#### **c. Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, artinya *hipotesis* ketiga *dapat diterima*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki oleh TPI Krakahan, seperti kualitas ikan yang lebih baik, harga yang kompetitif, dan layanan yang lebih memuaskan, terbukti menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Ketika pelanggan merasakan bahwa TPI Krakahan menawarkan nilai lebih dibandingkan dengan pasar ikan lainnya, mereka cenderung lebih sering dan konsisten dalam melakukan pembelian di sana.

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya meningkatkan daya tarik TPI Krakahan di mata pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka. Pelanggan yang merasa mendapatkan keuntungan lebih dari berbelanja di TPI Krakahan, baik dari segi kualitas produk, kemudahan akses, maupun harga yang bersaing, akan lebih termotivasi untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini menegaskan bahwa keunggulan bersaing adalah faktor kritis dalam mempertahankan dan memperluas basis pelanggan.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki oleh TPI Krakahan memberikan kontribusi penting dalam menciptakan preferensi pelanggan terhadap pasar tersebut. Dengan adanya keunggulan bersaing yang berkelanjutan, TPI Krakahan mampu menarik lebih banyak pelanggan dan membangun reputasi sebagai pasar ikan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing ini sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan pasar di masa depan. Melihat dari nilai koefisien Keunggulan Bisnis sebesar 0,401 yang mengindikasikan bahwa Keunggulan Bisnis memiliki hubungan searah yang positif dengan Keputusan pembelian. Hal itu mengindikasikan bahwa jika Keunggulan Bisnis semakin supportif maka akan menghasilkan Keputusan pembelian yang lebih besar.

#### **d. Mekanisme Jual Beli, Kepercayaan Pelanggan, dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan, dan keunggulan bersaing secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, artinya *hipotesis keempat dapat diterima*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan bersama-sama menciptakan suatu lingkungan yang mendukung keputusan pembelian pelanggan. Dengan kata lain, ketika mekanisme jual beli berjalan dengan baik, kepercayaan pelanggan tinggi, dan keunggulan bersaing dimiliki oleh TPI, keputusan pembelian ikan di TPI Krakahan menjadi lebih kuat dan lebih konsisten.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa mekanisme jual beli yang efektif menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan memperkuat keunggulan bersaing. Mekanisme jual beli yang terstruktur dengan baik, transparan, dan adil memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam bertransaksi. Ketika pelanggan merasakan kejujuran dan integritas dalam setiap transaksi, mereka akan lebih percaya pada TPI Krakahan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan keputusan mereka untuk terus melakukan pembelian di pasar tersebut.

Selain itu, kepercayaan pelanggan terbukti menjadi elemen krusial yang memperkuat efek dari mekanisme jual beli dan keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan pelanggan tidak hanya dibentuk melalui pengalaman langsung dalam bertransaksi tetapi juga melalui reputasi pasar dan testimoni dari pelanggan lain [17]. Ketika kepercayaan ini tinggi, pelanggan lebih cenderung untuk memilih TPI Krakahan dibandingkan pasar lainnya, karena mereka yakin akan mendapatkan produk dan layanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka.

Keunggulan bersaing, di sisi lain, memberikan nilai tambah yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. TPI Krakahan yang mampu menawarkan produk berkualitas, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang unggul akan lebih menarik di mata pelanggan. Keunggulan ini menciptakan daya tarik yang unik bagi TPI Krakahan, yang membedakannya dari pasar ikan lain di sekitar Brebes, sehingga pelanggan lebih memilih untuk berbelanja di sana.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan, dan keunggulan bersaing adalah tiga pilar utama yang saling mendukung dalam mempengaruhi keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan. Ketiga faktor ini, ketika dikelola dengan baik dan saling melengkapi, mampu menciptakan lingkungan pasar yang kompetitif dan terpercaya, yang pada akhirnya mendorong peningkatan volume transaksi dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola TPI untuk terus memperkuat dan mengintegrasikan ketiga elemen ini guna memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan pasar di masa depan.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Mekanisme jual beli

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan, Kepercayaan Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian Ikan di TPI Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, dengan nilai t tabel ( $3.277 > 1.98282$ ) dan nilai signifikansi (Sig)  $0.001 < 0,05$ . Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes, dengan nilai t tabel ( $2.768 > 1.98282$ ) dan nilai signifikansi (Sig)  $0.007 < 0,05$ . Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes. dengan nilai t tabel ( $7.154 > 1.98282$ ) dan nilai signifikansi (Sig)  $0.001 < 0,05$ . Mekanisme jual beli, kepercayaan pelanggan, keunggulan bersaing, berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ikan di TPI Desa Krakahan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes dengan nilai F tabel ( $31.261 > 2.46$ ) dan nilai signifikansi (Sig)  $0.007 < 0,05$ .

#### REFERENSI

- [1] BPS, "Kabupaten Brebes dalam Angka 2023," *BPS Kabupaten Brebes*, pp. 1–50, 2023.
- [2] D. A. Barkah and S. Ikhwan, "Analisis Pemasaran Ikan Asin Di Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes (Studi Kasus Pada UD. Dasti)," *J. Econ. Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 14–28, 2023.
- [3] C. M. Suara, M. N. Aisyah, S. B. Riono, A. Yulianto, and M. B. Zaman, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Customer Value terhadap Keputusan Pembelian Sampo Clear (Studi Kasus pada Mahasiswa UMUS)," *J. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 4, pp. 409–424, 2023.
- [4] N. Ajjah, D. Harini, and S. B. Riono, "Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe)," *JECMER J. Econ. Manag. Entrepreneursh. Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 43–60, 2023.
- [5] D. A. Maulana, S. B. Riono, A. Yulianto, and M. Syaifulloh, "Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Toko Ato Losari)," *Prof. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 1–11, 2022.
- [6] A. Nadiffa, "Praktik Jual Beli Ikan Laut dengan Sistem Lelang Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Tpi Eretan Kulon Kecamatan Kandanghaur Kabupaten Indramayu)," *J. Ekon. Akuntansi, Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 91–107, 2023.
- [7] F. P. Ilam, "Pengaruh Kenaikan Harga Sembako terhadap Transaksi Jual Beli di Pasar Minggu Desa Tanamon (Studi Kasus Masyarakat Desa Tanamon, Kecamatan Sinonsayang)," *Skripsi Fak. Ekon. dan Bisnis Islam Inst. Agama Islam Negeri Manad.*, 2023.
- [8] K. Kasinem, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Sereho Lahat," *J. Media Wahana Ekon.*, vol. 17, no. 4, p. 329, 2020, doi: 10.31851/jmwe.v17i4.5096.
- [9] S. B. Riono, D. Harini, M. Syaifulloh, S. N. Utami, P. S. Agribisnis, and U. M. Setiabudi, "Analisis Pelayanan Publik Dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Perkreditan Rakyat Muhadi Setia Budi (BPR MSB) Kabupaten Brebes," vol. 6, no. 2, 2020.
- [10] A. T. N. Tjakraatmadja and D. Harjanti, "Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Produk Kosmetik di Instagram," *Agora*, vol. 7, no. 1, pp. 1–7, 2018.
- [11] A. G. Firdos, A. Setyaningsih, S. Ikhwan, S. B. Riono, and M. B. Zaman, "The Influence of Motivation and Work Environment on Job Satisfaction Employees at PT BIG Brebes in the Feeding Section E," in *ICSSHU International Conference Science, Social & Humanity*, 2022, pp. 1–12.
- [12] T. A. Jordan and G. K. R. Pakpahan, "Integritas dan Moralitas sebagai Pesan dari Teguran Nabi Amos untuk Melestarikan Keadilan," *J. Teol. Ber. ...*, 2022, [Online]. Available: <https://e-journal.sttberitahidup.ac.id/index.php/jbh/article/view/227>
- [13] R. M. Malisa, M. A. Nasution, and ..., "Strategi Bisnis Dalam Meraih Keunggulan Bersaing Melalui Metode Analisis Swot," *J. Soc. ...*, 2022.
- [14] G. Putu and G. Swara, "Peran Competitive Advantage dalam Memediasi Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Made Ferry Motor Denpasar," vol. 6, no. 3, pp. 1168–1193, 2017.
- [15] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D," in *Penerbit Alfabeta Bandung*, 2017, pp. 189–190.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- [17] E.- Kartika, "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Citra Merek Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Markerplace shopee Di Semarang," *J. Ekon. dan Prof.*, vol. 2, no. 1, pp. 73–77, 2021.

(Diah Ayu Nurul Khofifah, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan, Kepercayaan Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian Ikan di TPI Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes