

RINGKASAN

NURRACHMAWATI PRIMANDARI. 0910440158. ANALISIS VARIABEL PENCITRAAN MEREK YANG MEMPENGARUHI PEMAKAIAN PRODUK PUPUK ORGANIK SUPER PETROGANIK (Studi Kasus Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). Dibawah bimbingan Ir. Agustina Shinta HW., MP sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Tatiek Koerniawati A., SP., MP sebagai Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi.

Pemenuhan kebutuhan pangan di Indonesia didukung oleh pembangunan pertanian yang mengandalkan tingginya penggunaan bahan kimia seperti pupuk anorganik, herbisida maupun pestisida. Namun, penggunaan bahan kimia dalam jangka panjang dan terus menerus menimbulkan degradasi fungsi ekosistem. Menyadari dampak buruk yang ditimbulkan oleh penggunaan bahan kimia sintetis secara berlebihan dan terus menerus dalam pertanian membuat masyarakat semakin bijaksana dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan. Pangan sehat dan bergizi tinggi kemudian diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik yang merupakan teknik budidaya pertanian dengan mengandalkan bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia sintetis. Preferensi konsumen seperti ini menyebabkan permintaan produk pertanian organik dunia meningkat pesat (Departemen Pertanian, 2012). Selanjutnya, banyak pabrik pupuk memproduksi pupuk organik dengan berbagai macam merek. Namun pada kenyataannya, merek pupuk organik tidak hanya bersaing dengan pupuk organik lainnya, tetapi juga mendapatkan pesaing dari pupuk kimia yang memiliki reaksi lebih cepat dalam meningkatkan produktivitas tanaman. Maka dari itu diperlukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh variabel pencitraan merek terhadap pemakaian pupuk organik oleh petani.

Tujuan penelitian yaitu menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh citra merek yang terdiri atas variabel citra pembuat, citra pemakai dan citra produk terhadap pemakaian pupuk oleh petani dan mengetahui variabel citra merek yang paling dominan dalam mempengaruhi pemakaian pupuk. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Analisis faktor digunakan untuk mengelompokkan sejumlah indikator menjadi faktor utama yang lebih sederhana. Berdasarkan hasil analisis faktor didapat 3 faktor utama yaitu variabel citra pembuat, citra pemakai dan citra produk. Selanjutnya, skor faktor digunakan sebagai input dalam analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap pemakaian pupuk oleh petani. Berdasarkan hasil analisis, variabel-variabel citra merek berpengaruh terhadap jumlah pemakaian pupuk organik oleh petani dengan koefisien determinasi sebesar 0,703 yang menunjukkan bahwa keragaman variabel pemakaian pupuk mampu dijelaskan oleh variabel-variabel citra merek sebanyak 70,3 persen, sedangkan sisanya sebesar 29,9 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disebutkan di dalam model penelitian. Model regresi yang diperoleh yaitu $Y = 761,00 + 501,093 F_1 + 467,657 F_2 + 463,963 F_3$ artinya jumlah pemakaian pupuk organik oleh petani akan meningkat sebesar 501,093 kg untuk peningkatan citra produk sebesar 1 satuan, 467,657 kg untuk peningkatan

citra pembuat sebesar 1 satuan, dan 463,963 kg untuk peningkatan citra pemakai sebesar 1 satuan.

Pengujian hipotesis berdasarkan uji t menunjukkan hasil bahwa semua variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani dengan angka sebesar 9,121 untuk citra produk, 8,513 untuk citra pembuat dan 8,445 untuk citra pemakai yang lebih besar dari t tabel yaitu 2,699 atau nilai sig. $(0,000) < \alpha = 0.05$. Nilai koefisien beta tertinggi menunjukkan bahwa citra produk merupakan variabel citra merek yang memiliki pengaruh secara dominan terhadap pemakaian produk pupuk organik Super Petroganik. Berdasarkan uji F, diperoleh bahwa F hitung $> F$ tabel yaitu $75,663 > 2,699$ atau nilai sig. $(0,000) < \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan disimpulkan bahwa variabel terikat (pemakaian pupuk) dapat dipengaruhi secara serempak oleh variabel bebas citra merek.

Kata kunci : Citra merek, Pemakaian Pupuk, Analisis Faktor, Analisis Regresi



SUMMARY

NURRACHMAWATI PRIMANDARI. 0910440158. ANALYSIS OF BRAND IMAGE VARIABLE THAT INFLUENCING USAGE OF ORGANIC FERTILIZER SUPER PETROGANIK (Case Study In Bocek Village, District Karangploso, Malang Regency). Underguidance of Ir. Agustina Shinta HW., MP as Main Supervisor and Tatiek Koerniawati A., SP., MP as Assistant Supervisor.

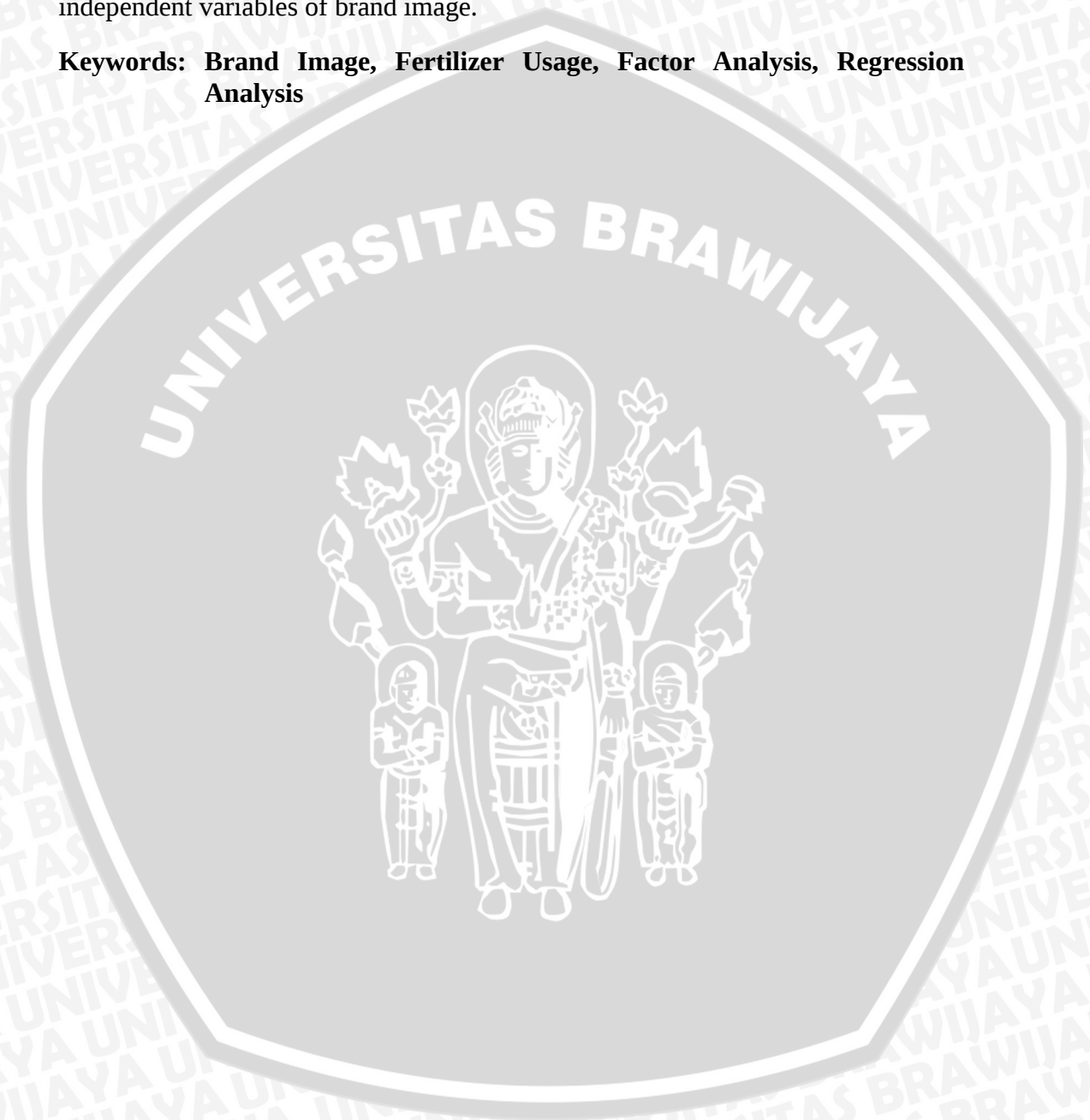
The food demand in Indonesia is met by the support of agricultural development which is highly relying on chemicals including inorganic fertilizer, herbicide or pesticide. However, the use of chemicals in long term and continuous manners will degrade ecosystem function. It is a great concern to find the excessive continuous use of synthetic chemicals in the agriculture because it may have bad impact, and therefore, the community must be wise in selecting their foods that must be secure for health and be environmental friendly. The healthy food with high nutrient is the produced with a new method. This method is used in the organic agriculture and referred as an agriculture cultivation technique which depends on natural substances without the use of synthetic chemicals. The preference of worldwide consumers has shifted toward the requirement of organic agriculture (Department of Agriculture, 2012). Many fertilizer factories have produced various brands of organic fertilizer. In fact, the organic fertilizer brands are not only competing against other organic fertilizers, but also competing against chemical fertilizers which usually have quicker reaction to improve plant productivity. Therefore, a research about the influence of brand image variables on the use of organic fertilizer by farmers is conducted.

The objectives of research are to analyze the influence of brand image variables, including producer image, user image, and product image, on the use of fertilizer by farmers and to understand the brand image variable with the most dominant influence on the use of fertilizer. Analysis method involves factor analysis and multiple linear regression analysis. Factor analysis is used to classify several indicators into simpler main factor. Based on result of factor analysis, there are three main factors which are producer image, user image, and product image. The factor score is used as input into multiple linear regression analysis to figure out the influence rate of brand image on the use of fertilizer by farmers. Result of analysis indicates that brand image variables influence the use of organic fertilizer by farmers by coefficient of determination of 0.703, which means that the diversity of fertilizer usage is explained by brand image variables by 70.3 %, while the remaining 29.9 % are explained by other factor not mentioned in this research model. The regression model is $Y = 761.00 + 501.093 F1 + 467.657 F2 + 463.963 F3$, which means that the use of organic fertilizer by farmers can increase to 501.093 kg for 1 unit increase of product image, to 467.657 kg for 1 unit increase of producer image, and to 463.963 kg for 1 unit increase of user image.

The hypothesis testing based on t-test shows that all brand image variables are significantly influencing the use of Super Petroganik organic fertilizer by farmers. The score is 9.121 for product image, 8.513 for producer image, and 8.445 for user image. All these scores are higher than t-table of 2.699 or the

significance rate $(0.000) < \alpha = 0.05$. The highest beta coefficient means that product image is brand image variable with the dominant influence on the use of Super Petroganik organic fertilizer. Based on F-test, it is acknowledged that $F\text{-count} > F\text{-table}$, or $75.663 > 2.699$ or the significance rate $(0.000) < \alpha = 0.05$, and therefore, H_0 is rejected and H_1 is accepted. It is then concluded that the dependent variable (the use of fertilizer) is influenced simultaneously by independent variables of brand image.

Keywords: Brand Image, Fertilizer Usage, Factor Analysis, Regression Analysis



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sumenep pada tanggal 07 Oktober 1991 sebagai putri pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Drs. Fathorrahman dan RA. Siti Fatimah. Penulis mengawali jenjang pendidikan formal pada tahun 1995 hingga 1997 di TK Kumarajaya kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN Kalianget Timur 1 pada tahun 1997 hingga tahun 2003. Penulis menempuh pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Kalianget pada tahun 2003 hingga selesai tahun 2006. Pada tahun 2006 hingga tahun 2009, penulis kemudian melanjutkan pendidikan menengah di SMA Negeri 1 Sumenep dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata 1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang melalui jalur PSB pada tahun 2009.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunianya, Skripsi yang berjudul **“ANALISIS VARIABEL PENCITRAAN MEREK YANG MEMPENGARUHI PEMAKAIAN PRODUK PUPUK ORGANIK SUPER PETROGANIK (Studi Kasus Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)”** ini dapat diselesaikan. Penyusunan Skripsi ini digunakan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sudah memberikan dukungan berupa moral maupun materil, dan sumbangan pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis berkesempatan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Ir. Agustina Shinta HW., MP selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi.
2. Ibu Tatiek Koerniawati A., SP., MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi.
3. Bapak Dr. Ir. Syafrial, MS selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya dan Dosen Penguji.
4. Ibu Ir. Nidamulyawaty Maarthen, MSi selaku Dosen Penguji.
5. Keluarga yang telah memberikan dukungan spiritual, moral maupun materi.
6. Bapak Jatmiko, Bapak Wawan dan Bapak Iwan selaku karyawan PT. Petrokimia Gresik atas kerjasamanya.
7. Teman-teman Agribisnis '09 atas bantuan dan kebersamaannya.
8. Semua pihak yang telah ikut membantu penyelesaian Skripsi.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa tidak ada sesuatu yang sempurna, begitu juga dengan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi. Besar harapan penulis bahwa penulisan skripsi dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
RIWAYAT PENDIDIKAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	9
2.2 Merek.....	12
2.2.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	12
2.2.2 Manfaat Merek	14
2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	15
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	15
2.3.2 Komponen <i>Brand Image</i>	16
2.3.3 Peran Citra Merek.....	17
2.3.4 Pembentuk <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18
2.4 Produk.....	19
2.4.1 Pengertian Produk	19
2.4.2 Klasifikasi Produk	20
2.4.3 Atribut Produk.....	21
2.5 Pupuk Organik	23
2.6 Perilaku Konsumen.....	24
2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.6.2 Jenis Perilaku Konsumen.....	25

2.6.3 Manfaat Perilaku Konsumen.....	27
2.6.4 Proses Keputusan Pembelian	27
2.7 Periklanan	30
2.7.1 Pengertian Periklanan	30
2.7.2 Tujuan Periklanan	30
2.7.3 Media Periklanan	31
2.8 Uji Instrumen Penelitian	33
2.8.1 Uji Validitas	33
2.8.2 Uji Reliabilitas	33
2.8.3 Skala Pengukuran.....	34
2.9 Teknis Analisis Data	35
2.9.1 Analisa Kualitatif (Deskriptif)	35
2.9.2 Analisa Kuantitatif	35
III. KERANGKA TEORITIS	
3.1 Kerangka Pemikiran.....	39
3.2 Hipotesis	45
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
IV. METODOLOGI PENELITIAN	
4.1 Penentuan Lokasi Penelitian.....	57
4.2 Metode Pengambilan Responden.....	57
4.3 Metode Pengumpulan	58
4.4 Uji Instrumen Penelitian	59
4.4.1 Uji Validitas	59
4.4.2 Uji Reliabilitas	59
4.5 Metode Analisis Data.....	60
4.5.1 Analisis Kualitatif	60
4.5.2 Analisis Kuantitatif	60
4.6 Skala Pengukuran.....	65

V. PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Daerah Penelitian	66
5.1.1 Letak Geografis dan Topografi Desa	66
5.1.2 Data Jumlah Penduduk	66
5.2 Karakteristik Umum Responden	70
5.2.1 Deskripsi Responden Jenis Kelamin.....	70
5.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	71
5.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	72
5.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan...	74
5.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Lahan.....	75
5.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Luas Lahan ..	76
5.3 Deskripsi Distribusi Jawaban dan Penilaian Responden	77
5.4 Analisis Faktor Citra Merek yang Mempengaruhi Pemakaian Pupuk	84
5.4.1 Uji Instrumen Penelitian	84
5.4.2 Hasil Analisis Faktor Citra Merek	85
5.5 Deskripsi Hasil Masing-masing Sub Indikator	92
5.6 Analisis Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Pemakaian Pupuk	108
5.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	108
5.6.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	110
5.6.3 Pengaruh Variabel Citra Produk Terhadap Pemakaian Produk Pupuk Organik Super Petroganik.....	113
5.6.4 Pengaruh Variabel Citra Pembuat Terhadap Pemakaian Produk Pupuk Organik Super Petroganik.....	115
5.6.5 Pengaruh Variabel Citra Pemakai Terhadap Pemakaian Produk Pupuk Organik Super Petroganik.....	116
5.6.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Pemakaian Produk Pupuk Organik Super Petroganik	117
5.7 Hubungan Strategi Periklanan dengan Citra Merek	120

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan	123
6.2 Saran	124

DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	130

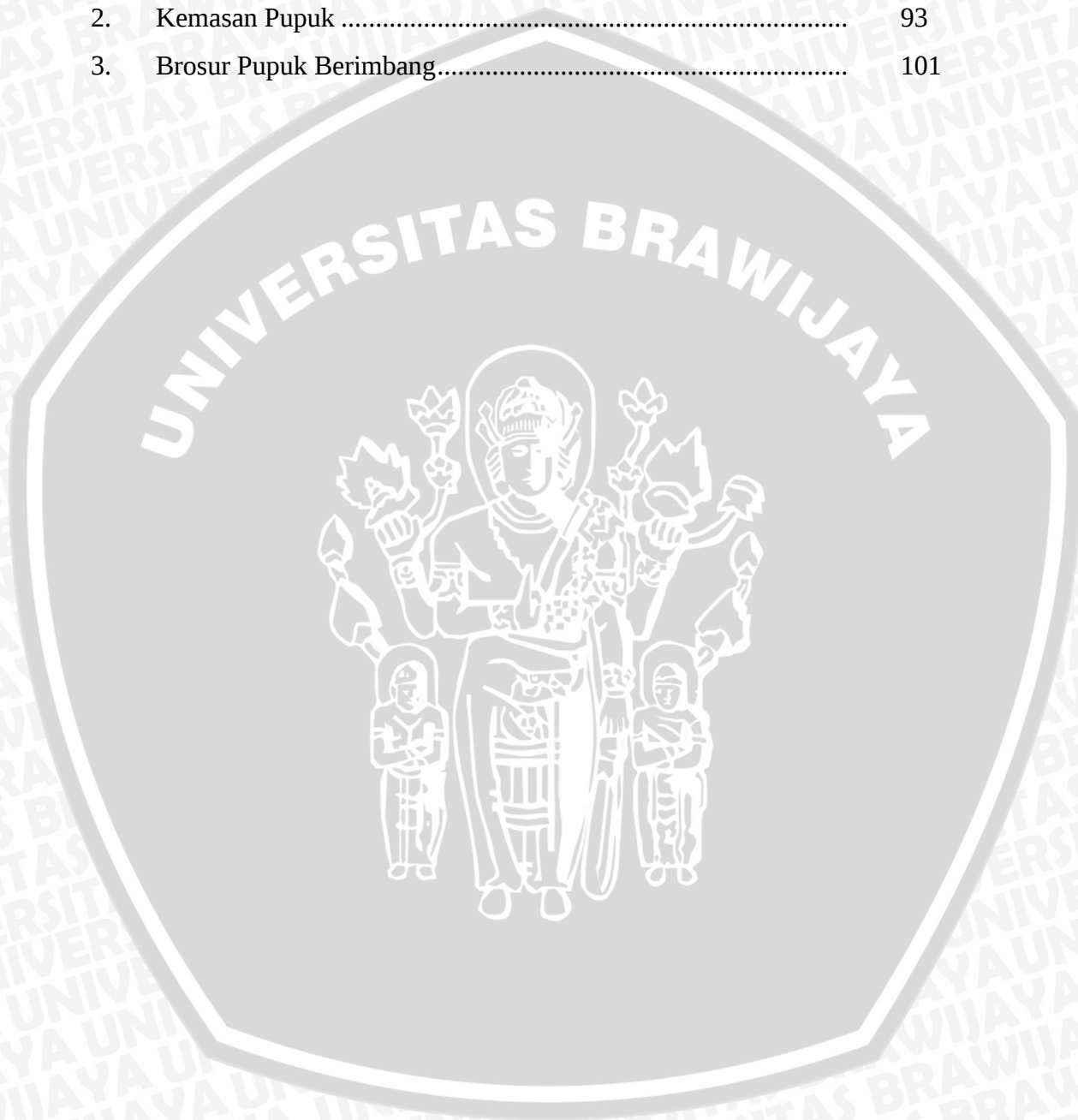


DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Ukuran KMO	36
2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.	Penilaian Skala Likert.....	65
4.	Jumlah Penduduk Desa Bocek Berdasarkan Jenis Kelamin	67
5.	Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	67
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	68
7.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi.....	69
8.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
9.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	72
10.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
11.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	74
12.	Distribusi Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan..	75
13.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Luas Lahan	76
14.	Nilai <i>Eigen</i>	87
15.	Hasil Rotasi Faktor	89
16.	Pemupukan berimbang.....	102
17.	Perbandingan harga pupuk.....	106
18.	Hasil Analisis Regresi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	44
2.	Kemasan Pupuk	93
3.	Brosur Pupuk Berimbang.....	101



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner	130
2.	Distribusi Jawaban dan Penilaian Responden.....	137
3.	Frekuensi Jawaban Responden	140
4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	145
5.	Analisis Faktor	148
6.	Uji Asumsi Klasik.....	153
7.	Analisis Regresi Berganda.....	154
8.	Hasil Skor Faktor	157
9.	Tabulasi Data	160
10.	Dokumentasi	164
11.	Peta Desa Bocek	165

