

**ANALISIS KEPUASAN PETANI DALAM MENGGUNAKAN INSEKTISIDA  
PRODUKSI PT PETROSIDA GRESIK  
(Studi Kasus pada Petani Di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu)**

Oleh:

**ERLIN WIDYA FATMAWATI**

**105040100111090**

**MINAT MANAJEMEN DAN ANALISIS AGRIBISNIS  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

**MALANG**

**2014**

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi ,dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

**Malang, Mei 2014,**

**Erlin Widya Fatmawati**  
**NIM. 105040100111090**

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Erlin Widya Fatmawati, dilahirkan di Madiun pada tanggal 20 Maret 1992, sebagai anak kedua dari 2 bersaudara dari pasangan bapak Winardi dan Ibu Supatmi. Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak di TK Dharma Wanita Desa Pule Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun pada tahun 1997 dan lulus pada tahun 1999. Kemudian melanjutkan pendidikan di SD Negeri Pule, Sawahan, Madiun pada tahun 1999 dan lulus pada tahun 2004. Kemudian penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Madiun pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2007. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Madiun pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2010.

Pada tahun 2010 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang strata satu (S-1) di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Brawijaya Malang melalui jalur SNMPTN. Selama kuliah penulis pernah mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate sebagai Sekretaris Umum selama periode 2 tahun yaitu tahun 2011-2013. Selain itu penulis juga pernah menjadi asisten praktikum matakuliah Ekonomi Mikro dan Kewirausahaan. Dalam bidang kerja, penulis pernah melakukan magang kerja di PT Petrosida Gresik (PT Petrokimia Gresik Group) selama 3 bulan pada tahun 2013.

Coretan ini kupersembahkan untuk:

Bapak Winardi dan Ibu Supatmi, Kak Ardyan Widya Kusuma  
Teman-teman Agribisnis Angkatan 2010, khususnya partnerku  
yang disebut genk mak lampir ; Erika Furentina, Novi Putri Nian, Isrofah  
Nur Hayati, dan Nanang Fauzi.

Teman-teman seperjuangan skripsi Paramita Dwi Astuti dan  
Sri Ajeng Aprilia N.

Keluarga Momy Nur Anini dan Bapak Kus, Suhartono Kusentyo  
Putra, Sutyoso Kusentyo Putra.

Rekan-rekan magang dan karyawan-karyawati  
di PT Petrosida Gresik

Dan orang-orang Hebat lainnya yang tak pernah terlupakan...



## RINGKASAN

**ERLIN WIDYA FATMAWATI. 105040100111090.** Analisis Kepuasan Petani Dalam Menggunakan Insektisida Produksi PT Petrosida Gresik (Studi Kasus Pada Petani Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu). Dibawah bimbingan Dr. Ir. Abdul Wahib M. MS. dan Riyanti Isaskar, SP., M.Si.

---

Usahatani merupakan suatu kegiatan bagaimana seseorang mengalokasikan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Kegiatan usahatani memerlukan sarana produksi atau faktor produksi untuk menunjang produksi output berupa komoditas pertanian. Salah satu sarana produksi pertanian adalah pestisida yang terdiri dari berbagai jenis, antara lain fungisida, insektisida, herbisida dan lain sebagainya.

PT Petrosida merupakan salah satu perusahaan berbasis agroindustri yang memproduksi bahan aktif kimia untuk pertanian dan perkebunan pertama kali di Indonesia. Salah satu produk platinum dari perusahaan ini adalah insektisida Sidamethrin 50 EC. Meskipun penjualan produk insektisida Sidamethrin 50 EC ini tinggi, masih banyak masalah dan kendala yang dihadapi petani ketika akan dan setelah menggunakan produk ini. Masalah yang biasa dihadapi antara lain harganya terus mengalami kenaikan, serta kerusakan label kemasan akibat kegiatan distribusi produk yang disampaikan melalui layanan pelanggan PT Petrosida Gresik. maka PT Petrosida Gresik memerlukan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk insektisida Sidamethrin 50 EC. (PT Petrosida Gresik, 2013).

Penelitian ini akan menganalisis mengenai kepuasan konsumen yaitu petani pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC diukur dengan menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), yang akan menganalisis 5 dimensi yang diambil berdasarkan teori Gravin (1988) dalam Tjiptono & Diana (2003), yaitu kinerja (*Performance*), ciri-ciri (*Feature*), estetika, *serviceability*, dan kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance specification*). Untuk atribut yang akan digunakan diambil sebanyak 16 atribut.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian ini antara lain; dari 16 atribut yang ditentukan dalam penelitian, ternyata hanya 11 atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk insektisida Sidamethrin 50 EC. Atribut tersebut adalah manfaat, kemampuan membunuh hama, variasi ukuran kemasan, ketersediaan produk, bentuk kemasan, warna kemasan, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan, ijin edar, harga, dan labeling.

Hasil tingkat kesesuaian antara kinerja insektisida Sidamethrin 50 EC dan kepentingan konsumen menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut yang mendapat kriteria sangat puas oleh konsumen, yaitu manfaat, kemampuan membunuh hama, petunjuk penggunaan, ijin edar, dan labeling, sedangkan 6 atribut lainnya mendapatkan kriteria kurang puas oleh konsumen. Sedangkan dalam analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan

konsumen sudah merasa puas karena nilai CSI yang didapat dalam penelitian ini adalah sebesar 81,73.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan informasi bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Terutama untuk perusahaan, PT Petrosida Gresik sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan strategi pengembangan produk. Sehingga konsumen akan tetap setia (loyalitas konsumen) pada perusahaan. Dan pada akhirnya perusahaan akan meningkatkan keuntungannya.

***Kata Kunci : kepuasan, tingkat kinerja, tingkat kepentingan***



## SUMMARY

**ERLIN WIDYA FATMAWATI. 105040100111090.** Analysis of Farmers Satisfaction In Insecticide Produced By PT Petrosida Gresik (Case study Farmers Junrejo Village, District Junrejo, Batu). Under the guidance of Dr. Ir. Wahib Abdul Muhaimin MS. and Riyanti Isaskar, SP., M.Si.

---

Farming is an activity how people allocate existing resources effectively and efficiently to obtain high profits at any given time. Farming activities need the means of production or factors of production to support the production output of agricultural commodities. One of the means of agricultural production is a pesticide that is composed of various types, such as fungicides, insecticides, herbicides and so forth.

PT Petrosida is one of the agrocompany manufactures active ingredients for agricultural chemicals and the first plantation in Indonesia. One of the products of this company are platinum Sidamethrin 50 EC insecticide. Although sales Sidamethrin 50 EC insecticide products is high, there are still many problems and constraints faced by farmers when going and after using this product. Problems commonly encountered include the price continues to rise, as well as damage due to the label that the product distribution activities delivered through the customer service Petrosida PT Gresik. Petrosida PT Gresik need information on customer satisfaction with quality products Sidamethrin 50 EC insecticide. (PT Petrosida Gresik, 2013).

This study will analyze the customer satisfaction that farmers in insecticide products Sidamethrin 50 EC measured using analytical tools Importance Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI), which will analyze the 5 dimensions are taken based on the theory Gravin (1988) in Tjiptono & Diana (2003), the performance performance, Feature, aesthetics, serviceability, and comformance specification). To attribute to be used is taken as many as 16 attributes.

Based on the analysis conducted, the results of this study are; of 16 attributes specified in the study, only 11 attributes which are considered by consumers to purchase products Sidamethrin 50 EC insecticide. The attributes are the benefits , the ability to kill pests, variety of packaging sizes, availability of product, packaging shape, color packaging, the active ingredients information, instructions for use, distribution license, price, and labeling.

The results of the performance level of concordance between insecticide Sidamethrin 50 EC and the interests of consumers indicate that there are five attributes that got very satisfied criteria by consumers, the benefits , the ability to kill pests, instructions for use, distribution license, and labeling, while 6 other attributes to get the criteria are not satisfied by consumers. While the analysis of Customer Satisfaction Index (CSI), it can be concluded that, overall, consumers are satisfied because CSI values obtained in this study is equal to 81.73 percent.

This study is expected to be insightful information for the parties concerned . Especially for companies, PT Petrosida Gresik for consideration in pursuing a strategy of product development . So that consumers will remain loyal

(loyalty consumers) in the company. And in the end the company will increase its profits.

**Key word : satisfaction, performance, importance**



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Hasil Penelitian Skripsi berjudul “Analisis Kepuasan Petani Dalam Menggunakan Insektisida Produksi PT Petrosida Gresik (Studi Kasus pada Petani Di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu). Penelitian ini merupakan kewajiban setiap mahasiswa S-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya sebagai bagian dari langkah dalam menyelesaikan studi tahap sarjana (S-1).

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin MS. dan Riyanti Isaskar, SP., MSi. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan yang selalu setia mendampingi penulis skripsi.
2. Dr. Ir. Syafril, MS. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
3. Tim lapang Jatim II PT Petrosida Gresik yang telah mengizinkan produk insektisidanya untuk diteliti dan mendampingi dalam penelitian.
4. Seluruh penduduk di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
5. Orang tua, kakak, dan keluarga tercinta, yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dan arahan, moral maupun material guna memperlancar kegiatan belajar dan penyusunan skripsi ini.
6. Semua teman-teman Jurusan Agribisnis 2010 dan pihak lain yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi perbaikan laporan ini dan mencapai hasil yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi rekan-rekan mahasiswa, pihak-pihak di lokasi penulis melaksanakan magang kerja, masyarakat umum, dan berbagai pihak yang lainnya sekedar sebagai bahan ilmu pengetahuan serta bermanfaat bagi penulis khususnya. Terima kasih.

**Malang, Maret 2014**

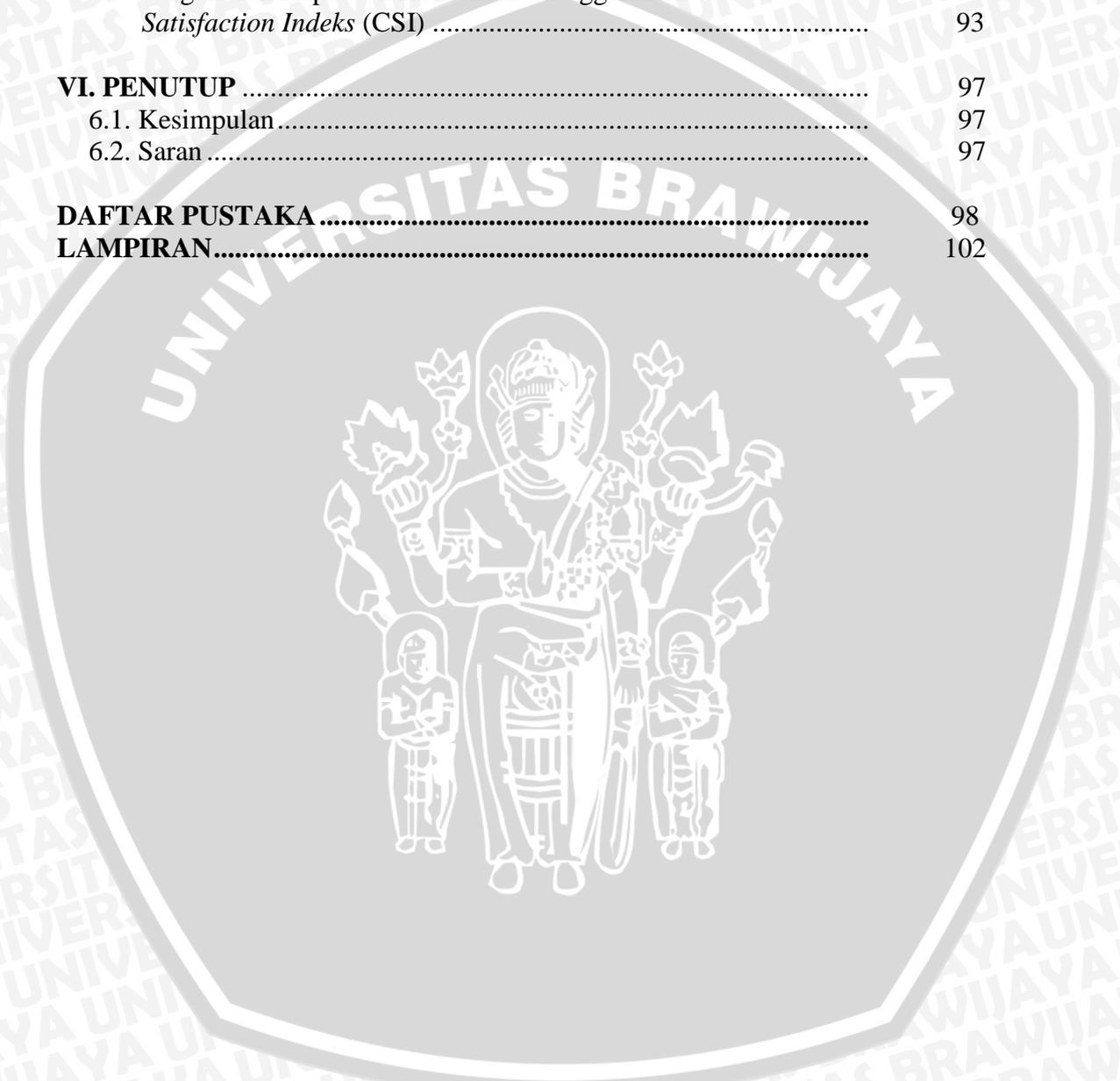
**Penulis,**

**DAFTAR ISI**

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>RINGKASAN .....</b>                                | i              |
| <b>SUMMARY .....</b>                                  | ii             |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                           | iii            |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                               | v              |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | vi             |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                            | vii            |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                          | viii           |
| <b>I. PENDAHULUAN .....</b>                           | 1              |
| 1.1. Latar Belakang .....                             | 1              |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                          | 5              |
| 1.3. Tujuan .....                                     | 7              |
| 1.4. Kegunaan penelitian .....                        | 8              |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                     | 9              |
| 2.1. Telaah Penelitian Terdahulu .....                | 9              |
| 2.2. Tinjauan Tentang Pestisida .....                 | 11             |
| 2.3. Produk .....                                     | 15             |
| 2.4. Perilaku Konsumen .....                          | 18             |
| 2.5. Keputusan Pembelian .....                        | 20             |
| 2.6. Kepuasan Konsumen .....                          | 25             |
| 2.7. Pemasaran .....                                  | 31             |
| 2.8. <i>Importance Performance Analysis</i> .....     | 35             |
| <b>III. KERANGKA TEORITIS .....</b>                   | 39             |
| 3.1. Kerangka Pemikiran .....                         | 39             |
| 3.2. Hipotesis .....                                  | 44             |
| 3.3. Batasan Masalah .....                            | 44             |
| 3.4. Definisi Operasional & Pengukuran Variabel ..... | 45             |
| <b>IV. METODE PENELITIAN .....</b>                    | 55             |
| 4.1. Metode Penentuan Lokasi .....                    | 55             |
| 4.2. Metode Penentuan Sample .....                    | 56             |
| 4.3. Metode Pengumpulan Data .....                    | 56             |
| 4.4. Metode Pengujian Instrumen .....                 | 57             |
| 4.5. Metode Analisis Data .....                       | 61             |
| <b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                  | 65             |
| 5.1. Keadaan Daerah Penelitian .....                  | 65             |
| 5.2. Karakteristik Responden .....                    | 70             |
| 5.3. Pengukuran Pengukuran Instrumen .....            | 77             |
| 5.4. Pengukuran Atribut dengan Cochran Q-Test .....   | 78             |



|  |     |
|--|-----|
| 5.5. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen .....   | 80  |
| 5.6. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC. ....                     | 82  |
| 5.7. Pengukuran Tingkat Kesenjangan (GAP) Menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> ..... | 83  |
| 5.8. Hasil Pemetaan Prioritas Pembinaan Atribut Diagram Kartesius .....                            | 89  |
| 5.9. Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i> .....      | 93  |
| <b>VI. PENUTUP</b> .....   | 97  |
| 6.1. Kesimpulan .....  | 97  |
| 6.2. Saran .....   | 97  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | 98  |
| <b>LAMPIRAN</b> .....  | 102 |



## DAFTAR TABEL

| Nomor | Teks   | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1     | Petunjuk Penggunaan Sidamethrin 50EC .....                 | 13      |
| 2     | Definisi Operasional Variabel.....                         | 45      |
| 3     | Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....            | 67      |
| 4     | Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....                      | 67      |
| 5     | Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....        | 68      |
| 6     | Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi.....                   | 69      |
| 7     | Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....            | 70      |
| 8     | Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....                    | 71      |
| 9     | Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....     | 72      |
| 10    | Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan.....          | 73      |
| 11    | Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan .....            | 73      |
| 12    | Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....            | 74      |
| 13    | Responden Berdasarkan Informasi .....                      | 75      |
| 14    | Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen.....              | 76      |
| 15    | Nilai Uji Validitas Kuisisioner .....                      | 77      |
| 16    | Nilai Uji Reabilitas Kuisisioner .....                     | 78      |
| 17    | Tingkat Kepentingan Konsumen.....                          | 81      |
| 18    | Analisis Kinerja Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC..... | 82      |
| 19    | Tabel Tingkat Kesenjangan.....                             | 84      |
| 20    | <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i> .....            | 94      |



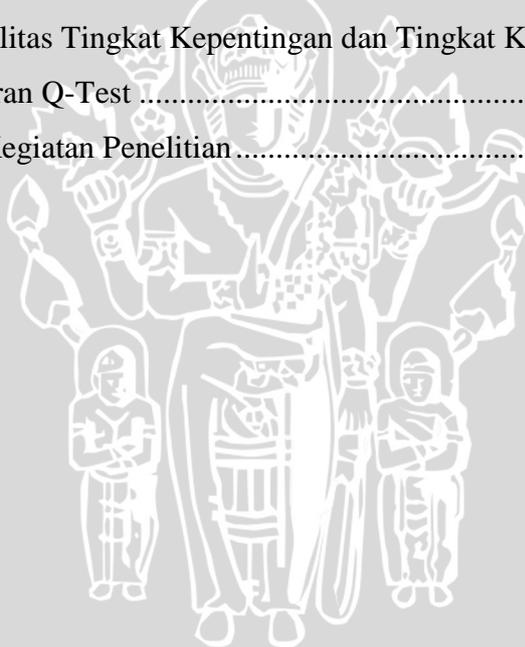
**DAFTAR GAMBAR**

| <b>Nomor</b> | <b>Teks</b>                             | <b>Halaman</b> |
|--------------|---|----------------|
| 1            | Tingkatan rantai Arti-Akhir Produk..... | 16             |
| 2            | Proses Keputusan .....                  | 20             |
| 3            | Tingkat Kepuasan Konsumen .....         | 25             |
| 4            | Diagram kartesius.....                  | 36             |
| 5            | Kerangka Pemikiran.....                 | 43             |
| 6            | Diagram kartesius.....                  | 62             |
| 7            | Diagram Kartesius.....                  | 89             |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Teks  | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.    | Daftar Produk PT Petrosida Gresik.....                        | 103     |
| 2.    | Kuisisioner Penelitian.....                                   | 104     |
| 3.    | Karakteristik Responden.....                                  | 110     |
| 4.    | Jawaban Responden Ya atau Tidak untuk Uji Cochran Q-test.     | 115     |
| 5.    | Jawaban Responden untuk Tingkat Kepentingan Konsumen..        | 116     |
| 6.    | Jawaban Responden untuk Tingkat Kinerja Produk.....           | 119     |
| 7.    | Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen.....         | 122     |
| 8.    | Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Produk.....               | 124     |
| 9.    | Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja. | 126     |
| 10.   | Hasil Uji Cochran Q-Test.....                                 | 127     |
| 11.   | Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....                          | 130     |



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Usahatani merupakan suatu kegiatan bagaimana seseorang mengalokasikan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Kegiatan usahatani memerlukan sarana produksi atau faktor produksi untuk menunjang produksi output berupa komoditas pertanian. Sarana produksi berperan penting di dalam usaha mencapai produksi sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sarana produksi antara lain benih dan bibit, pupuk, zat pengatur tumbuh, inokulan, dan pestisida.

Salah satu sarana produksi pertanian adalah pestisida yang terdiri dari berbagai jenis, antara lain fungisida, insektisida, herbisida dan lain sebagainya. Pestisida adalah semua zat kimia atau bahan lain serta jasad renik dan virus yang digunakan untuk beberapa tujuan memberantas atau mencegah hama dan penyakit yang merusak tanaman, bagian-bagian tanaman atau hasil-hasil pertanian (PP No 7 tahun 1973). Serangan OPT sangat merugikan petani karena dapat menurunkan produksi tanaman budidaya. Petani melakukan berbagai cara untuk mengantisipasi hal tersebut. Oleh karena itu petani menggunakan pestisida untuk mencegah dan menanggulangi hama dan penyakit yang menyerang tanaman budidaya karena dirasa cukup praktis dan ampuh.

Berdasarkan pada tabel 1.2. dibawah ini bahwa prakiraan serangan OPT pada musim hujan 2013/2014 sebesar 0,95% dengan luas tanam 2.455.122 Ha, kemudian meningkat pada musim kemarau 2013 menjadi 3,65% dengan luas tanam 5.762.261 Ha. Dilihat dari sisi per tahun, pada tahun 2011(Januari-Desember) luas tanaman yang diserang OPT sebesar 5,28% dengan luas tanam sebesar 13.492.908 Ha, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2012 (Januari-Desember) menjadi 3,40%. Tetapi mengalami peningkatan pada tahun 2013 (Januari-Oktober) menjadi 4,73%, di sisi lain luas tanam mengalami penurunan menjadi 13.599.586 Ha. Tahun terakhir (Januari-November) tahun 2012-2013 yang diperkirakan bahwa mengalami peningkatan dari 3,91% dengan luas tanam 11.118.442 Ha menjadi 4,46% diikuti dengan luas tanam yang

menurun menjadi 9.783.099 Ha. Presentase serangan OPT terhadap luas lahan cenderung meningkat, meskipun pada beberapa tahun sempat mengalami penurunan. Lebih jelasnya dapat dilihat di dalam Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1. Rasio Luas Serangan OPT Dan DPI Terhadap Luas Tanam Pada Tanaman Padi Musim Hujan (2011/2012 Dan 2012/2013), Musim Kemarau (2011 Dan 2012), Dan Tahun (2012 Dan 2013) Di Indonesia

| No | Uraian                          | Luas Tanam(Ha) | OPT (Ha)   |           | % OPT trhp Luas Tanam |      |
|----|---------------------------------|----------------|------------|-----------|-----------------------|------|
|    |                                 |                | T          | P         | T                     | P    |
| 1  | Musim Hujan (Oktober-November)  |                |            |           |                       |      |
|    | MH 2012/2013                    | 2.508.871      | 36.395,00  | 32,00     | 1,45                  | 0,00 |
|    | MH 2013/2014                    | 2.455.122      | 23.419,00  | 53,00     | 0,95                  | 0,00 |
| 2  | Musim Kemarau (April-September) |                |            |           |                       |      |
|    | MK 2012                         | 5.347.010      | 217.403,00 | 1.274,00  | 4,07                  | 0,02 |
|    | MK 2013                         | 5.762.261      | 210.272,00 | 3.629,00  | 3,65                  | 0,06 |
| 3  | Tahun (Januari-Desember)        |                |            |           |                       |      |
|    | Tahun 2011                      | 13.492.908     | 712.642,00 | 40.526,00 | 5,28                  | 0,30 |
|    | Tahun 2012                      | 13.599.586     | 461.821,00 | 2.225,00  | 3,40                  | 0,02 |
| 4  | Tahun (Januari-Oktober)         |                |            |           |                       |      |
|    | Tahun 2012                      | 8.609.571      | 415.955,00 | 2.182,00  | 4,83                  | 0,03 |
|    | Tahun 2013                      | 8.978.539      | 425.077,00 | 3.999,00  | 4,73                  | 0,04 |
| 5  | Tahun (Januari-November)        |                |            |           |                       |      |
|    | Tahun 2012                      | 11.118.442     | 434.231,00 | 2.195,00  | 3,91                  | 0,02 |
|    | Tahun 2013                      | 9.783.099*     | 435.866,00 | 4.010,00  | 4,46                  | 0,04 |
|    | Thn 2013 terhadap Thn 2012 (%)  |                | 0,38       | 82,71     |                       |      |

Sumber: Deptan, 2013.

Ket: T= Terkena (termasuk puso), P= Puso, \*= Angka prakiraan

OPT yang sering ditemukan dalam tanaman budidaya yaitu hama. Hama merusak bagian-bagian buah dan daun tanaman. Dimana dapat menurunkan nilai ekonomis komoditas tersebut. Penurunan ini karena adanya bagian yang diserang oleh hama mengalami cacat dan busuk serta mengandung ulat atau larva-larva hama. Dengan demikian, produksi tidak dapat dikonsumsi. Dampak serangan penyakit tanaman tidak separah dampak yang ditimbulkan akibat serangan oleh hama. Serangan penyakit pada tanaman budidaya lebih banyak mengarah pada

proses fisiologinya karena menyerang sel dan jaringan tanaman (Nurwansyah,2010).

Dikarenakan kebutuhan pestisida untuk usahatani , maka petani berusaha mencari jenis insektisida yang tepat untuk menanggulangi hama. Salah satu perusahaan ternama di Indonesia yang memproduksi pestisida adalah PT Petrosida Gresik merupakan perusahaan agroindustri yang profesional, berpotensi dan berkembang di Indonesia. Selain itu, PT Petrosida Gresik adalah anak perusahaan dari PT. Petrokimia Gresik (persero) perusahaan pupuk terbesar dan terlengkap di Indonesia. PT Petrosida Gresik berdiri sejak tahun 1984 dengan memproduksi bahan aktif kimia untuk pertanian dan perkebunan pertama kali di Indonesia. Jangka waktu 10 tahun terakhir ini, PT Petrosida Gresik menyediakan produk-produk kimia pertanian (agrokimia) seperti pestisida, pupuk serta bahan kimia untuk penunjang Industri Agrokimia. PT Petrosida Gresik memproduksi bermacam-macam pestisida yaitu insektisida, herbisida, fungisida, produk bio, dan zat pengatur tubuh yang dapat dilihat pada lampiran 1 (PT Petrosida Gresik, 2013).

Salah satu produk insektisida yang digunakan petani adalah insektisida Sidamethrin 50 EC yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik. Sidamethrin 50 EC adalah insektisida dengan bahan aktif Sipermetrin 50 g/l yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik. Insektisida ini bersifat racun kontak dan lambung, berbentuk pekatan yang dapat diemulsikan berguna untuk membasmi hama pada pertanaman kubis, sawi, jagung, kako, kapas, kedelai, padi, teh, dan tembakau (PT Petrosida Gresik, 2013).

Berbagai strategi pemasaran dilakukan oleh PT Petrosida Gresik untuk bersaing dengan produsen lain di pasar dalam menarik konsumen, mulai dari promosi langsung seperti sosialisasi dengan petani di lapang, pemasangan pamflet pohon, hingga pemasangan iklan di media internet. Promosi ini diharapkan sangat intensif dapat mempengaruhi minat konsumen, yaitu petani untuk membeli pestisida yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik, namun selain melakukan strategi pemasaran, PT Petrosida Gresik juga harus menjaga tingkat pelayanan

hingga kualitas dari insektisida yang dihasilkan sehingga petani sebagai konsumen mencapai titik kepuasan konsumen yang tinggi.

Menurut Cravens (1996), perusahaan yang sukses dapat memuaskan konsumen mereka, karena konsumen yang tidak puas akan mempengaruhi bisnis secara negatif. Memuaskan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Mengidentifikasi atribut produk dan dukungan pelayanan dianggap penting oleh pembeli pada saat mereka membeli dan menggunakan produk tersebut merupakan tujuan manajemen. Apabila kepuasan konsumen dapat dicapai, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang akan semakin besar sehingga berpengaruh pada peningkatan penjualan, dengan demikian perusahaan perlu menjaga kestabilan atau bahkan meningkatkan kepuasan konsumen untuk meningkatkan kuantitas penjualan perusahaan.

PT Petrosida Gresik memiliki tujuan utama dalam manajerialnya yaitu tercapainya target penjualan produk insektisida yang diproduksi dengan memasarkan produk ini ke seluruh wilayah di Indonesia. Namun tidak berhenti disitu, PT Petrosida Gresik juga memiliki tujuan dalam mempertahankan para pelanggannya dengan menciptakan kepuasan konsumen produknya. Jika kepuasan konsumen telah dicapai, pada tahap selanjutnya loyalitas konsumen kepada perusahaan akan lebih tinggi.

Pemasaran insektisida Sidamethrin 50 EC telah mecapai seluruh wilayah di Indonesia, termasuk di dalamnya wilayah Jawa Timur. Salah satu daerah di wilayah Jawa Timur yang memiliki potensi pemasaran insektisida ini adalah wilayah kota Batu. Daerah ini masih banyak sekali lahan pertanian yang digunakan sebagai mata pencaharian utama oleh penduduk sebagai petani. Wilayah khusus Desa junrejo saja, dari 433.157 km<sup>2</sup> luas wilayahnya sebesar 221 Ha digunakan untuk lahan sawah pengairan tehnis dan 69 Ha digunakan untuk ladang/tegalan. Sedangkan untuk penduduknya yang berjumlah 9102 jiwa, sebesar 1222 jiwa (13,4%) adalah sebagai petani/ pekebun. Penanggulangi hama pada lahan pertaniannya, petani selalu mencari produk insektisida yang memiliki keunggulan seperti harga yang relatif murah dan kualitas yang baik.

Petani di wilayah kota Batu, dalam menanggulangi OPT lebih memilih produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik. Hal ini dikarenakan produk insektisida ini memiliki keunggulan seperti memiliki variasi kemasan yaitu kemasan 100 ml dan 400 ml dengan harga berkisar Rp. 10.000,- sampai Rp.25.000,-. Harga tersebut masih dapat dikatakan terjangkau oleh petani. Dibandingkan dengan produk insektisida lain yang harganya bisa mencapai lebih dari harga tersebut, namun dengan kualitas yang sama. Oleh karena itu penjualan produk insektisida Sidamethrin 50 EC di wilayah kota Batu cukup tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik. Selain itu, untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen insektisida Sisamethrin 50 EC tersebut. Pada akhirnya dapat diketahui kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan konsumen yang dapat dijadikan acuan oleh pihak PT Petrosida Gresik. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan PT Petrosida Gresik dalam meningkatkan strategi pemasaran, serta untuk pihak-pihak terkait lainnya.

Penelitian dilakukan di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dikarenakan wilayah Batu adalah wilayah yang terkenal dengan agrowisatanya. Selain itu, wilayah tersebut merupakan salah satu wilayah untuk penjualan insektisida Sidamethrin 50 EC tertinggi diantara wilayah lain di Batu. Oleh karena itu penelitian tentang “Analisis Kepuasan Petani Dalam Menggunakan Insektisida Produksi PT Petrosida Gresik (Studi kasus di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu)” relevan untuk dilakukan.

## 1.2. Perumusan Masalah

Insektisida merupakan salah satu sarana produksi yang diyakini petani dapat terhindar dari kerugian akibat serangan jasad pengganggu tanaman yang terdiri dari kelompok hama, penyakit maupun gulma. Keyakinan tersebut cenderung memicu penggunaan pestisida dari waktu ke waktu meningkat dengan pesat. Pemilihan produk insektisida yang tepat sasaran harus lebih selektif karena

sekarang ini begitu banyak produsen insektisida yang bersaing dalam strategi pemasaran untuk meraih konsumen.

Menurut Tjiptono (1997), strategi pemasaran adalah suatu program yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengimplementasikan misinya guna mendapatkan kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. PT Petrosida Gresik merupakan salah satu produsen yang ikut bersaing dalam meraih konsumen dengan strategi pemasarannya. PT Petrosida Gresik memiliki berbagai tujuan perusahaan antar lain mencapai target penjualan dan mempertahankan pelanggan dengan mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen dapat memberikan loyalitasnya. Strategi pemasaran yang dilakukan PT Petrosida Gresik untuk mencapai tujuan tersebut antara lain dengan strategi promosi seperti iklan baik melalui media elektronik seperti televisi, radio maupun dengan media cetak seperti brosur, pamphlet dan lain sebagainya.

Tidak hanya mengalami persaingan antar produsen insektisida, PT Petrosida Gresik juga mengalami permasalahan mengenai produk insektisida yang diproduksinya. Salah satu produk insektisida PT Petrosida Gresik adalah Sidamethrin 50 EC yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi (produk platinum) dibandingkan produk insektisida lain, namun dalam proses penjualan dan pemakaian Sidamethrin 50 EC di lapang masih ditemukan kendala-kendala yang dialami oleh petani. Petani sebagai konsumen sering menyampaikan keluhan mengenai produk ini kepada perusahaan melalui layanan pelanggan. Misalnya saja produk insektisida Sidamethrin 50 EC yang harganya terus mengalami kenaikan, serta kerusakan label kemasan akibat kegiatan distribusi produk. (PT Petrosida Gresik, 2013).

Beberapa keluhan konsumen terhadap produk insektisida Sidamethrin 50 EC ini mengharuskan kepuasan konsumen akan produk ini perlu ditinjau ulang. PT Petrosida Gresik perlu mengkaji ulang tentang bagaimana tingkat kinerja produk ini, apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang

yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Oleh karena itu, PT Petrosida Gresik memerlukan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk insektisida Sidamethrin 50 EC. Hal tersebut bertujuan agar konsumen cenderung melakukan pembelian ulang terhadap insektisida tersebut atau loyalitas konsumen semakin besar dan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Penelitian ini akan membahas mengenai analisis kepuasan konsumen pada petani sebagai konsumen yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik karena sudah banyak petani yang telah menggunakan insektisida ini, maka perlu dilakukan penelitian tentang seberapa besar tingkat kepuasan petani sebagai konsumen setelah menggunakan insektisida tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Atribut-atribut apa saja yang dipertimbangkan petani sebagai konsumen dalam melakukan pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan petani sebagai konsumen dalam melakukan pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik?

### 1.3. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis atribut-atribut yang dipertimbangkan petani sebagai konsumen dalam melakukan pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik.

#### 1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk PT Petrosida Gresik, dapat memberikan informasi kepada PT Petrosida Gresik mengenai atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC.
2. Untuk peneliti selanjutnya, dapat memberikan manfaat hasil maupun input sebagai bahan pertimbangan ataupun evaluasi penelitian bagi peneliti selanjutnya.
3. Untuk pihak-pihak yang terkait, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan untuk menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik pada bidang ini.



## BAB II TINJUAN PUSTAKA

### 2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian serupa yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti. Penelitian yang berhubungan dengan kepuasan konsumen pernah dilakukan oleh Fitriada (2009). Pada penelitian ini membahas mengenai kepuasan dan persepsi konsumen terhadap produk teh *cup* Tong Tji. Dijelaskan bahwa tingkat kesesuaian konsumen terhadap atribut-atribut dimensi kualitas produk teh *cup* Tong Tji yang meliputi kinerja (*brand image*, gaya hidup, manfaat, aroma, rasa); keandalan (kepraktisan, kesegaran, harga); fitur (variasi rasa); daya tahan; conformance (higienitas produk, homogenitas kualitas produk); desain (gambar kemasan, warna, kemasan), sebesar 96,14% yang menunjukkan kesesuaian antara kepentingan konsumen dengan kinerja dari produk teh *cup* Tong Tji yang dirasakan konsumen. Sedangkan berdasarkan nilai indeks kepuasan pelanggan diperoleh nilai sebesar 80% dengan kriteria puas. Dengan menggunakan alat analisis *Importance Perfomance Analysis* (IPA) untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kinerja produk teh *cup* Tong Tji serta *Costumer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Lestari (2008) dalam penelitiannya mengenai kepuasan konsumen dalam menggunakan benih jagung hibrida dengan metode analisis *Importance Perfomance Analysis* (IPA) dan yang menjadi subvariabel dalam penelitian tersebut adalah menggunakan dimensi penentu kepuasan produk yang terdiri dari ciri-ciri (*feature*), keandalan (*reability*), estetika, *serviceability* dan kualitas yang dipersepsikan. Kesimpulan atas hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah tingkat kesesuaian yang tinggi antara kinerja dan kepentingan. Hal ini dapat dilihat banyaknya variabel yang dinilai telah sesuai, dianggap penting oleh petani dan pelaksanaan yang baik oleh perusahaan.

Penelitian Maulidayanti (2012) mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Bakpao Telo. Pada penelitian ini kepuasan konsumen dilihat dari seberapa besar kepentingan konsumen terhadap kualitas produk bakpao telo yang diukur dengan menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Menggunakan 6 dimensi kualitas produk dan 15 atribut yang dipadukan. Sehingga atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; untuk dimensi kinerja (*Performance*) yakni atribut rasa, aroma, dan manfaat produk; untuk dimensi ciri-ciri (*feature*) yakni variasi isi produk; daya tahan (*durability*) yakni masa kadaluarsa produk; serviceability yakni adanya respon keluhan, adanya penggantian produk baru, dan ketersediaan produk; estetika yakni bentuk kemasan produk, warna kemasan, informasi nilai gizi; kualitas yang dipersepsikan yakni harga produk, nama perusahaan, labelling dan prestise. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perhitungan tingkat kesesuaian dalam metode Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) antara kepentingan konsumen dan kinerja kualitas produk bakpao telo menurut konsumen adalah sebesar 99,19%. Terdapat 5 atribut yang mempunyai tingkat kesesuaian diatas 100% yang artinya sangat puas, kelima atribut tersebut adalah variasi isi, warna kemasan, nama produsen, labeling, dan prestise.

Dari penelitian-penelitian tersebut diatas, maka kelebihan dari penelitian ini adalah mencoba menganalisis kepuasan konsumen produk insektisida Sidamethrin 50 EC dengan menggunakan 5 dimensi yang terdiri dari kinerja (*Performance*), ciri-ciri (*feature*), estetika, *serviceability* dan kualitas yang dipersepsikan. Selain itu akan menggunakan 16 atribut, dimana atribut-atribut kualitas produk yang digunakan tersebut akan dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya antara lain perbedaan produk yang diteliti. Penelitian sebelumnya lebih sering meneliti produk berupa makanan dan minuman sedangkan penelitian ini meneliti produk insektisida yang merupakan faktor produksi usaha tani. Selain itu atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga berbeda.

## 2.2 Tinjauan Tentang Pestisida

Pestisida adalah substansi (zat) kimia yang digunakan untuk membunuh atau mengendalikan berbagai hama. Berdasarkan asal katanya pestisida berasal dari bahasa Inggris yaitu *pest* berarti hama dan *cida* berarti pembunuh. Yang dimaksud hama bagi petani sangat luas yaitu : tungau, tumbuhan pengganggu, penyakit tanaman yang disebabkan oleh fungi (jamur), bakteri dan virus, nematoda (cacing yang merusak akar), siput, tikus, burung dan hewan lain yang dianggap merugikan. Oleh karena itu pestisida yang digunakan di bidang pertanian secara spesifik sering disebut produk perlindungan tanaman (*crop protection products*) untuk membedakannya dari produk-produk yang digunakan di bidang lain. Menurut peraturan Pemerintah No. 7 tahun 1973 (Djojosumarto, 2008) pestisida adalah semua zat kimia atau bahan lain serta jasad renik dan virus yang dipergunakan untuk :

1. Memberantas atau mencegah hama-hama dan penyakit-penyakit yang merusak tanaman atau hasil-hasil pertanian.
2. Memberantas rerumputan.
3. Mematikan daun dan mencegah pertumbuhan tanaman atau bagian-bagian tanaman, tidak termasuk pupuk.
4. Memberantas atau mencegah hama-hama luar pada hewan-hewan peliharaan dan ternak.
5. Memberantas dan mencegah hama-hama air.
6. Memberikan atau mencegah binatang-binatang dan jasad-jasad renik dalam rumah tangga, bangunan dan alat-alat pengangkutan, memberantas atau mencegah binatang-binatang yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia atau binatang yang perlu dilindungi dengan penggunaan pada tanaman, tanah dan air.

Selain efektifitasnya yang tinggi, pestisida banyak menimbulkan efek negatif yang merugikan. Dalam pengendalian pestisida sebaiknya pengguna mengetahui sifat kimia dan sifat fisik pestisida, biologi dan ekologi organisme pengganggu tanaman (Wudianto R, 2010). Disebutkan juga dalam Wudianto, 2010 bahwa penggolongan pestisida berdasarkan sasaran digolongkan menjadi :

1. Insektisida adalah bahan yang mengandung senyawa kimia yang bisa mematikan semua jenis serangga.
2. Fungisida adalah bahan yang mengandung senyawa kimia beracun dan bisa digunakan untuk memberantas dan mencegah fungsi/cendawan.
3. Bakterisida. Disebut bakterisida karena senyawa ini mengandung bahan aktif beracun yang bisa membunuh bakteri.
4. Nermatisida, digunakan untuk mengendalikan nematoda.
5. Akarisida atau mitisida adalah bahan yang mengandung senyawa kimia yang digunakan untuk membunuh tungau, caplak dan laba-laba.
6. Rodentisida adalah bahan yang mengandung senyawa kimia beracun yang digunakan untuk mematikan berbagai jenis binatang pengerat, misalnya tikus.
7. Moluskisida adalah pestisida untuk membunuh moluska, yaitu : siput, bekicot serta tripisan yang banyak dijumpai di tambak.
8. Herbisida adalah senyawa kimia beracun yang dimanfaatkan untuk membunuh tumbuhan pengganggu yang disebut gulma.
9. Pestisida lain seperti Pisisida, Algisida, Advisida dan lain-lain.
10. Pestisida berperan ganda yaitu pestisida yang berperan untuk membasmi 2 atau 3 golongan organisme pengganggu tanaman.

Berdasarkan Sifat dan Cara Kerja Racun Pestisida (Djojoseumarto, 2008)

1. Racun Kontak  
Pestisida jenis ini bekerja dengan masuk ke dalam tubuh serangga sasaran lewat kulit (kutikula) dan di transportasikan ke bagian tubuh serangga tempat pestisida aktif bekerja.
2. Racun Pernafasan (*Fumigan*)  
Pestisida jenis ini dapat membunuh serangga dengan bekerja lewat sistem pernapasan.
3. Racun Lambung  
Jenis pestisida yang membunuh serangga sasaran jika termakan serta masuk ke dalam organ pencernaannya.
4. Racun Sistemik

Cara kerja seperti ini dapat dimiliki oleh insektisida, fungisida dan herbisida. Racun sistemik setelah disemprotkan atau ditebarkan pada bagian tanaman akan terserap ke dalam jaringan tanaman melalui akar atau daun, sehingga dapat membunuh hama yang berada di dalam jaringan tanaman seperti jamur dan bakteri. Pada insektisida sistemik, serangga akan mati setelah memakan atau menghisap cairan tanaman yang telah disemprot.

5. Racun Metabolisme

Pestisida ini membunuh serangga dengan mengintervensi proses metabolismenya.

6. Racun Protoplasma

Ini akan mengganggu fungsi sel karena protoplasma sel menjadi rusak.

**2.2.1. Pestisida Jenis Inteksitisa Merek Sidamethrin 50EC**

Sidamethrin 50 EC adalah insektisida dengan bahan aktif Sipermetrin 50 g/l yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik. Insektisida ini bersifat racun kontak dan lambung, berbentuk pekatan yang dapat diemulsikan berguna untuk membasmi hama pada pertanaman kubis, sawi, jagung, kakao, kapas, kedelai, padi, teh, dan tembakau (PT Petrosida Gresik, 2013)

Tabel 2. Petunjuk Penggunaan Sidamethrin 50EC

| Tanaman & Hama   | Konsentrasi Formulasi | Vol. Semprot (l/ha) | Cara & Waktu Aplikasi   |
|--|-----------------------|---------------------|---|
| Jagung; Belalang ( <i>Patanga succincta</i> )  | 1 ml/l                | 500 l/ha            | Aplikasi dilakukan apabila populasi hama atau intensitas serangan telah mencapai Ambang Ekonomi (AE) atau rekomendasi setempat. |
| Kubis; Ulat titik tumbuh ( <i>Crocidolomia binotalis</i> )   | 4 ml/l                | 500 l/ha            |   |
| Kakao; Penghisap daun & buah ( <i>Helopeltis sp.</i> )   | 1-2 l/ha              | 500 l/ha            |   |
| Kedelai; Lalat bibit ( <i>Agromyza sp.</i> )   | 1-2 l/ha              | 500 l/ha            |   |
| The; Wereng daun ( <i>Empoasca sp.</i> )   | 4 l/ha                | 500 l/ha            |   |
| Tembakau; Penggerek pucuk ( <i>Heliothis sp.</i> )   | 1-2 l/ha              | 500 l/ha            |   |
| Kapas; Penggerek corp ( <i>Helicoverpa armigera</i> )<br>Sawi; Ulat titik tumbuh ( <i>Crocidolomia binotalis</i> ) | 2-3 ml/l              | 500 l/ha            |   |

Sumber: PT Petrosida Gresik, 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hama yang dapat dibasmi dengan insektisida Sidamethrin 50 EC antara lain Belalang (*Patanga succincta*), Ulat titik tumbuh (*Crocidolomia binotalis*), Penghisap daun & buah (*Helopeltis sp.*), Lalat bibit (*Agromyza sp.*), Wereng daun (*Empoasca sp.*), Penggerek pucuk (*Heliothis sp.*), Ulat grayak (*Spodoptera litora*), dan Penggerek corp (*Helicoverpa armigera*). Dalam penggunaannya, insektisida merek Sidamethrin 50EC ini memiliki petunjuk penggunaannya yang tertera dalam label produk. Untuk setiap hama yang menyerang tanaman budidaya tertentu, memiliki dosisnya masing-masing. Hal ini disesuaikan dengan seberapa kuat hama tersebut menyerang tanaman budidaya.

## 2.3 Produk

### 2.3.1 Pengertian Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2001) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Kotler (2002) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut Willian J Stanton dalam Buchari Alma (2005) yang dikatakan produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik perusahaan, nama baik toko yang menjual (pengecer), yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Definisi produk yang sudah dijelaskan bahwa produk merupakan sesuatu yang dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen baik berupa barang maupun jasa. Selain itu produk juga harus sesuai dengan keinginan dari konsumen atau pangsa pasar sehingga tepat dalam memenuhinya.

### 2.3.2 Atribut Produk

Tjiptono (2001) mendefinikan atribut produk sebagai unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Variabel dari atribut produk antara lain:

1. Mutu atau kualitas

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Dalam proses pengembangan citra produk yang baik di mata konsumen, seorang pemasar harus menetapkan derajat mutu bagi produknya. Apabila mutu suatu produk semakin lama terus meningkat dan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan mutu adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya. Ini berarti bahwa mutu merupakan suatu pengertian gabungan dari keawetan, ketetapan, kemudahan, dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.

2. Merek

Menurut Rangkuti (2004), merek merupakan nama, istilah, simbol, rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing

3. Kemasan

Peran kemasan sangat penting di dalam memasarkan produk-produk perusahaan. Kemasan telah menjadi alat pemasaran, sebab peran kemasan bisa menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen dan arti promosional bagi pihak-pihak perusahaan atau produsen. Salah satu cara untuk menarik dan mempengaruhi konsumen dapat dilakukan melalui kemasan barangnya.

4. Label

Label adalah bagian sebuah produk yang berupa keterangan atau penjelasan mengenai barang tersebut atau penjualnya. Pada dasarnya, label bisa mengandung beberapa fungsi (Kotler, 2002), antara lain:

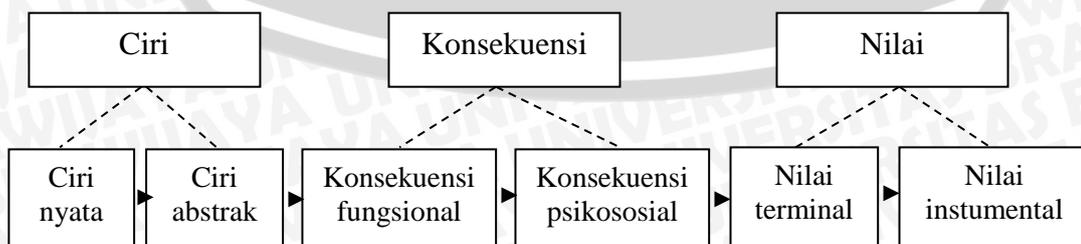
- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label juga menentukan kelas produk.
- c. Label juga berfungsi menjelaskan produk yaitu siapa pembuatnya, dimana pembuatnya, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, serta bagaimana penggunaan yang aman.
- d. Label dapat berfungsi sebagai alat promosi.

5. Pelayanan

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam pemasaran produknya. Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu pemasaran produk, pelayanan dalam pembelian atau penjualan produk itu, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, yang mencakup pelayanan dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual, pemasangan (instalasi) produk itu dan asuransi atau jaminan resiko rusaknya barang dalam perjalanan atau pengangkutan, dan pelayanan setelah purna penjualan, yang mencakup jaminan atas kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu setelah produk dibeli oleh konsumen, perbaikan, dan pemeliharaan dari produk apabila rusak.

**2.3.3 Rantai Arti-Akhir Pengetahuan Produk**

Pemasar maupun konsumen dapat menciptakan suatu rantai arti-akhir yang lebih rinci dengan membagi tingkatan ciri, konsekuensi, dan nilai ke dalam dua kategori. Berikut merupakan gambar tingkatan dalam arti-akhir pengetahuan produk menurut Peter dan Olson (1999):



Gambar 1. Tingkatan rantai Arti-Akhir Produk (Peter dan Olson, 1999)

Rantai arti-akhir terbagi menjadi 3 aspek utama yaitu ciri, konsekuensi, dan nilai, yang masing-masing terbagi menjadi dua aspek lagi. Ciri nyata merupakan perwakilan kognitif karakteristik fisik produk atau dengan kata lain dapat langsung diterima nyata. Ciri abstrak adalah arti abstrak yang mewakili beberapa ciri nyata lainnya, subjektif dan tidak dapat diukur secara langsung. Konsekuensi fungsional merupakan konsekuensi nyata dan langsung penggunaan produk atau apa yang dilakukan oleh produk dan fungsi apa yang dijalankan oleh produk. Konsekuensi psikososial merupakan perasaan apa yang timbul dari penggunaan produk dan bagaimana orang lain memandang pengguna produk. Nilai instrumental adalah model perilaku yang diinginkan atau konsekuensi penggunaan produk yang abstrak. Sedangkan nilai terminal adalah status akhir yang diinginkan dari penggunaan produk.

#### 2.4 Perilaku Konsumen

Konsumen didefinisikan oleh Kotler (2005) sebagai individu atau kelompok yang berusaha untuk memenuhi atau mendapatkan barang atau jasa untuk kehidupan pribadi atau kelompoknya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Perilaku konsumen memiliki beberapa definisi. Menurut Engel *et al.* (1994), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen dipengaruhi dan dibentuk oleh pengaruh lingkungan (budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi), perbedaan individu (sumberdaya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi), dan proses psikologis (pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap dan perilaku).

Peter dan Olson (1999) menyebutkan bahwa *American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan

kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Paling tidak ada tiga ide penting dalam definisi di atas :

1. Perilaku konsumen adalah dinamis, ini berarti bahwa seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi pada studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran.
2. Perilaku konsumen melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar. Ini berarti bahwa untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.
3. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran diantara individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran.

Simamora (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumen terbagi ke dalam dua golongan yaitu:

1. Perilaku yang tampak

Variabel-variabel yang termasuk dalam perilaku yang tampak ini antara lain jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa dan bagaimana konsumen melakukan pembelian.

2. Perilaku yang tak tampak

Variabel-variabel yang termasuk dalam perilaku tak tampak ini antara lain persepsi, ingatan terhadap informasi, dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Perilaku pembelian sangat berbeda untuk sebuah produk. Semakin kompleks keputusan akan melibatkan semakin banyak pihak yang terkait dan semakin banyak pertimbangan. Assael (1998) membedakan empat jenis perilaku

konsumen berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat diferensiasi merek, yaitu:

1. Perilaku pembeli yang rumit

Perilaku pembelian yang rumit terdiri dari proses tiga langkah. Pertama pembeli mengembangkan keyakinan tentang produk tersebut. Kedua, pembeli membangun pendirian tentang produk tersebut. Ketiga, pembeli membuat pilihan pembelian yang cermat.

2. Perilaku pembelian pengurang ketidaknyamanan

Perilaku konsumen dalam situasi bercirikan keterlibatan tinggi tetapi sedikit perbedaan yang dirasakan diantara merek-merek yang ada. Dalam hal ini, komunikasi pemasaran harus memasok kepercayaan dan evaluasi yang akan membantu konsumen merasa puas atas pilihan mereknya.

3. Perilaku Pembelian karena Kebiasaan

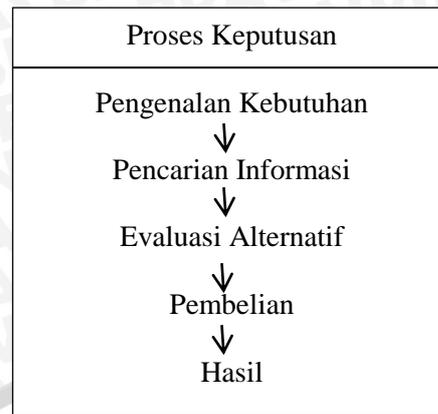
Banyak produk yang dibeli pada kondisi keterlibatan yang rendah dan tidak adanya perbedaan merek yang signifikan. Bila merasa tetap membeli produk yang sama, hal ini timbul karena kebiasaan bukan karena kesetiaan yang kuat terhadap merek.

4. Perilaku Pembelian yang mencari variasi

Situasi pembelian ditandai oleh keterlibatan konsumen yang rendah tetapi perbedaan antar merek signifikan. Dalam situasi ini, konsumen sering melakukan perpindahan merek. Konsumen mengambil merek lain, karena bosan atau ingin mencari variasi dan bukan ketidakpuasan.

## 2.5 Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen yang dilaksanakan dalam bentuk tindakan membeli tidak muncul begitu saja tetapi melalui suatu tahapan tertentu. Berdasarkan model Engel *et al.* (1994), terdapat lima tahapan proses keputusan pembelian konsumen beserta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut. Proses pengambilan keputusan konsumen terdiri atas lima tahap proses, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan hasil. Pada Gambar 2.2 dapat dilihat dengan jelas tahapan dalam proses pembelian:



Gambar 2. Proses Keputusan (Engel *et al.*, 1994)

Engel *et al.* (1994) menggolongkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen menjadi tiga, yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis.

### 2.5.1 Pengaruh Lingkungan

Pengaruh lingkungan memiliki peranan yang cukup besar terhadap perilaku konsumen karena konsumen hidup didalam lingkungan yang kompleks. Perilaku proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh (Engel *et al.*, 1994):

#### 1. Budaya

Budaya adalah kumpulan nilai, persepsi, preferensi, serta perilaku keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar (Kotler, 2005). Menurut Engel *et al.* (1994) budaya mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat.

#### 2. Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri atas individu dan berbagai nilai, minat dan perilaku yang sama, atau kelompokkelompok yang relatif homogen dalam suatu masyarakat lama yang tersusun secara hierarki (Kotler, 2005). Kelas sosial yang berbeda cenderung memunculkan perilaku konsumen yang berbeda.

### 3. Pengaruh pribadi

Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh kelompok-kelompok tertentu dimana konsumen melibatkan dirinya. Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) terdapat lima kelompok relevan dari konsumen. Pertama, kelompok keluarga yang mampu menyediakan rasa aman, kesempatan untuk berdiskusi, serta keinginan untuk ditemani. Kedua, kelompok teman atau sahabat. Dalam hal ini konsumen cenderung mencari informasi dari teman yang mereka percayai memiliki nilai yang sama dengan mereka. Ketiga, grup sosial formal yang diperlukan konsumen untuk mencapai tujuannya, seperti memperluas wawasan. Keempat, kelompok belanja dimana konsumen biasanya akan memilih kelompok dengan pengalaman atau pengetahuan tentang produk yang hendak dibeli. Kelima, kelompok kerja yang dapat mempengaruhi konsumen akibat banyaknya waktu yang dihabiskan dengan teman-teman sekerja, sehingga pendapat mereka akan sangat berpengaruh.

### 4. Keluarga

Keluarga sangat penting di dalam studi perilaku konsumen karena dua alasan. Pertama, keluarga adalah unit pemakaian dan pembelian untuk banyak konsumen. Kedua, keluarga adalah pengaruh utama pada sikap dan perilaku individu. Menurut Engel *et al.* (1994) keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang dihubungkan melalui darah, perkawinan atau adopsi, dan yang tinggal bersama. Rumah tangga berbeda dengan keluarga berdasarkan pendeskripsian semua orang, baik yang berkerabat maupun tidak, yang menempati suatu unit perumahan. Proses pengambilan keputusan mungkin sama dengan masing-masing kategori, walaupun kategori rumah tangga mencakup kelompok non-tradisional yang jauh tumbuh lebih cepat dari keluarga.

### 5. Situasi

Menurut Engel *et al.* (1994) situasi yang mempengaruhi konsumen dapat dibagi menjadi tiga jenis utama. Tiga jenis utama tersebut adalah situasi konsumsi, situasi pembelian, dan situasi komunikasi.

### 2.5.2 Perbedaan Individu

Engel *et al.* (1994) menyatakan ada lima cara dimana konsumen akan berbeda dalam mengambil keputusan belanja sehingga berpengaruh terhadap perilaku konsumen yaitu sumberdaya, pengetahuan, sikap, motivasi, serta kepribadian, gaya hidup, dan demografi.

#### 1. Sumberdaya

Sumberdaya yang dimiliki oleh konsumen atau apa yang tersedia di masa yang akan datang berperan penting dalam keputusan pembelanjaan. Sumberdaya konsumen terdiri atas waktu, uang, dan perhatian (penerimaan informasi dan kemampuan pengolahan). Ketiga sumberdaya ini dibawa dalam setiap situasi pengambilan keputusan. Perilaku yang termotivasi diprakarsai oleh pengaktifan kebutuhan atau pengenalan kebutuhan. Kebutuhan atau motif diaktifkan ketika ada ketidakcocokan antara kondisi yang diinginkan dengan kondisi aktual (Engel *et al.*, 1994).

#### 2. Pengetahuan

Pengetahuan dapat diartikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Pengetahuan konsumen mencakup informasi, seperti ketersediaan dan karakteristik produk, dimana dan kapan untuk membeli serta bagaimana menggunakan produk. Pengetahuan adalah faktor penentu utama perilaku konsumen. Apa yang dibeli, dimana mereka membeli dan kapan mereka membeli bergantung pada pengetahuan yang relevan dengan keputusan.

#### 3. Sikap

Sikap konsumen didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang merespon dengan cara menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan. Sikap diekspresikan orang suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Sikap sangat penting dalam membentuk pangsa pasar atau pasar target. Sikap merupakan keseluruhan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen (Engel *et al.*, 1994).

#### 4. Motivasi

Menurut Sumarwan (2002) motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dengan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut. Inilah yang disebut sebagai motivasi.

#### 5. Kepribadian, Gaya Hidup, dan Demografi

Masing-masing orang memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kotler (2005) mengartikan kepribadian sebagai ciri bawaan psikologi manusia yang berbeda-beda dan menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Konsumen cenderung akan memilih produk yang sesuai dengan kepribadian mereka.

### 2.5.3 Proses Psikologis

Engel *et al.* (1994) menyatakan terdapat tiga hal yang menjadi bagian dari proses psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, yaitu pemrosesan informasi, pembelajaran, serta perubahan sikap dan perilaku.

#### 1. Pemrosesan Informasi

Menurut Engel *et al.* (1994) pemrosesan informasi adalah suatu proses yang mengacu pada bagaimana stimulus diterima, ditafsirkan, disimpan dalam ingatan dan kemudian diambil kembali. Pemrosesan informasi dapat dirinci menjadi lima tahap dasar, didasarkan pada model proses informasi yang dikembangkan oleh William McGuire. Tahapan ini terdiri atas tahap pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan dan retensi.

#### 2. Pembelajaran

Menurut Engel *et al.* (1994) pembelajaran merupakan proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan atau perilaku. Pembelajaran merupakan proses memahami bagaimana konsumen belajar.

### 3. Perubahan Sikap dan Perilaku

Perubahan dalam sikap dan perilaku adalah sasaran pemasaran yang lazim. Proses ini mencerminkan pengaruh psikologis dasar yang menjadi subjek dari beberapa dasawarsa penelitian yang intensif (Engel *et al.*, 1994).

## 2.6 Kepuasan Konsumen

### 2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

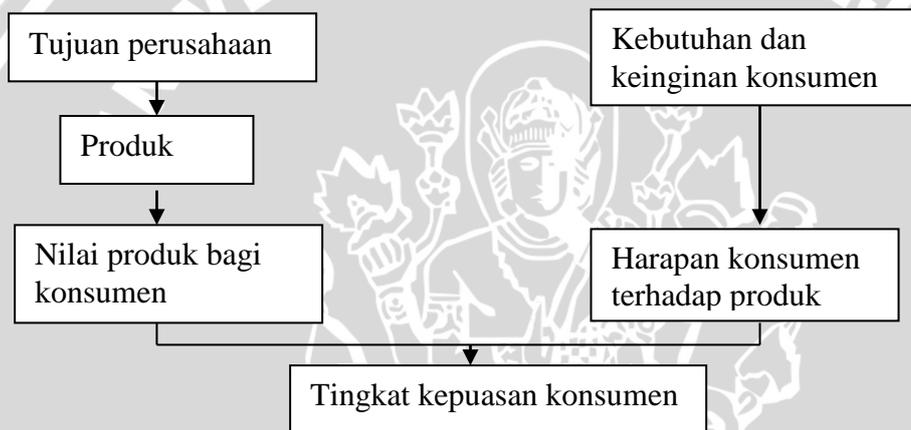
Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan konsumsi dan pembelian kembali produk tersebut.

Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Engel *et al.* (1994), kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca konsumsi, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Tingkat kepuasan konsumen dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 2.3.

Walaupun setiap pemasaran yang berhasil ingin memberikan produk dan jasa yang memuaskan konsumen, ini bukanlah satu-satunya sasaran. Perusahaan tidak dapat melupakan sasaran bisnis mendasar lainnya, seperti mencapai keunggulan bersaing atau mencetak keuntungan. Kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan konsumen

yang makin tinggi akan menghasilkan kesetiaan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan konsumen yang setia daripada terus menerus menarik dan membina konsumen baru untuk menggantikan konsumen yang pergi. Konsumen yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut sehingga juga dapat berfungsi sebagai iklan untuk menarik konsumen baru. Selain itu, mengukur kepuasan konsumen juga sangat bermanfaat dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.



Gambar 3. Tingkat Kepuasan Konsumen (Engel *et al.*, 1994)

Kualitas produk adalah pendorong kepuasan konsumen yang multi dimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Menurut Garvin (1988) dalam Tjiptono & Diana (2003) paling tidak, terdapat 8 dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, antar lain:

1. Kinerja (Performance) karakteristik operasi dasar dari produk inti yang dibeli (*core product*). Artinya manfaat utama yang ditimbulkan oleh produk.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yakni karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance spesification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, komperensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang dan jasa yang dibeli. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun pembuatnya.

### **2.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Perusahaan yang sukses dapat memuaskan konsumen mereka, karena konsumen yang tidak puas akan mempengaruhi bisnis secara negatif. Memuaskan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Mengidentifikasi atribut produk dan dukungan pelayanan dianggap penting oleh pembeli pada saat mereka membeli dan menggunakan produk tersebut merupakan tujuan manajemen.

Menurut Cravens (1996) kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor:

1. Sistem pengiriman

Memindahkan produk dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir dalam bisnis biasanya meliputi saluran distribusi, pemasok, pabrik dan perantara. Untuk dapat memuaskan konsumen, jaringan ini harus berfungsi sebagai unit yang terpadu dan terkoordinir, dimana semua anggotanya mengerti dan menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 2. Performa Produk dan Jasa

Performa dan keunggulan suatu produk atau jasa sangatlah penting dalam mempengaruhi konsumen. Banyak fakta pemasaran yang mengunggulkan mutu produk sebagai jaminan keunggulan bersaing.

## 3. Citra

Perusahaan mengakui bahwa citra perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dari sudut positif. Terbentuknya *Brand Image* (citra merek) dan *Brand Equity* (nilai merek) adalah pada saat konsumen memperoleh pengalaman yang menyenangkan dari produk yang dikonsumsi.

## 4. Hubungan Harga-Nilai

Pembeli menginginkan nilai yang ditawarkan merek sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karena itu terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai. Selisih nilai yang ditawarkan dengan harga yang harus dibayarkan merupakan perasaan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

## 5. Kinerja atau Prestasi Karyawan

Setiap orang dalam organisasi mempengaruhi konsumen, baik hal-hal yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan. Profesionalisme karyawan dalam melayani konsumen merupakan ujung tombak perusahaan yang memfokuskan visinya bagi penentuan keinginan dan kebutuhan konsumen.

## 6. Persaingan

Kelemahan dan kekuatan pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing memberikan gambaran perusahaan untuk mendapatkan peluang memperbaiki kinerjanya guna pencapaian kepuasan konsumen.

### 2.6.3 Manfaat Kepuasan Konsumen

Pada hakikatnya tujuan dalam berbisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dalam pendekatan TQM (*Total Quality Management*), kualitas ditentukan oleh karena itu hanya dengan memahami proses pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Semua usaha manajemen dalam TQM diarahkan pada suatu tujuan utama, yaitu terciptanya suatu kepuasan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen .

Kepuasan pelanggan memang sangat diperlukan oleh setiap perusahaan, hal ini dapat dilihat dari manfaat-manfaat yang ada. Jika pelanggan merasa puas maka akan ada harapan besar bagi pelanggan untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Karena itu keberhasilan perusahaan sangatlah tergantung pada kepuasan pelangganya. Hal yang sebaliknya pun akan terjadi apabila pelanggan tidak merasa puas maka kemungkinan besar pelanggan tersebut tidak akan menggunakan barang atau jasa perusahaan dan akan berpindah kepada perusahaan lain.

Menurut Tjiptono (1994) kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat , diantaranya:

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis.
2. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas.
4. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
5. Laba yang diperoleh meningkat.
6. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.

### 2.6.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran dan pemantauan terhadap kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2002) dalam Tjiptono (2003), pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan sasaran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya menyediakan kotak saran, kartu komentar, customer hot lines, dan lain-lain. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer lost rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan dalam memuaskan konsumen atau pelanggannya.

4. Survei Kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Hal ini karena melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti : “Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan X pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, indifferen, puas, sangat puas (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden juga dapat diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived reported satisfaction*).
- c. Metode lain adalah dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka miliki dengan penawaran dari perusahaan dan untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Selain itu responden juga dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance / performance rating*).

## 2.7 Pemasaran

### 2.7.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam arti sederhana dikenal sebagai bentuk pertukaran. Pertukaran terjadi karena persaingan pihak bertransaksi mempunyai kelebihan dan kekurangan, sehingga hal tersebut menjadikan masing-masing pihak saling melengkapi keinginan dan kebutuhannya.

Pemasaran menurut Kotler (2007) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan

inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Paul D. Converse (2005) mendefinikan pemasaran sebagai aktivitas yang memfasilitasi dan memperlancar suatu hubungan pertukaran dan saling memuaskan melalui penciptaan, pendistribusian, promosi, dan penentuan harga dari barang, jasa dan ide.

Pengertian pemasaran menurut Brench dalam Alma (2005) juga diartikan sebagai suatu proses dalam menentukan permintaan konsumen akan barang dan jasa memotivasi penjualan, mendistribusikan ke konsumen akhir dengan keuntungan sebagai imbalannya.

Dari berbagai pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses untuk memperlancar kegiatan penyaluran barang dan jasa ke tangan konsumen dengan menciptakan, mendistribusikan, menentukan harga serta melakukan kegiatan promosi.

### **2.7.2 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran menurut Tjiptono (1997) adalah suatu program yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengimplementasikan misinya guna mendapatkan kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran (*positioning*).

Menurut Keegan (1986) perusahaan dalam memasarkan hasil produknya meliputi:

#### **1. Segmentasi**

Merupakan suatu proses membagi pasar kedalam subset pelanggan yang mempunyai kesamaan perilaku atau persamaan kebutuhan. Masing-masing subset akan dipilih sebagai pasar sasaran yang akan dicapai dengan strategi pemasaran yang berbeda. Proses tersebut dimulai dengan suatu basis

segmentasi faktor spesifik produk yang mencerminkan perbedaan-perbedaan dalam kebutuhan dan respon pelanggan terhadap variabel pemasaran. Menurut Swastha (1990), segmentasi pasar didefinisikan sebagai kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen.

2. Penetapan Sasaran (*Targetting*)

Menurut Kotler (1997), targetting adalah suatu tindakan untuk menentukan sasaran dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Targetting juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memutuskan segmen mana yang akan dijadikan pasar sasaran.

3. Pemosisian Pasar (*Positioning*)

Merupakan penempatan produk dalam benak konsumen atau apa yang terjadi dalam benak konsumen. Posisi dimana suatu produk ditempatkan di dalam benak pelanggan tergantung sekumpulan variabel, kebanyakan dari variabel itu dikendalikan oleh pemasar, sehingga pemosisian merupakan alat yang sangat kuat dalam sistem pemasaran.

### 2.7.3 Bauran Pemasaran

Menurut McCarthy dalam Kotler (2005) mengklasifikasikan bauran pemasaran menjadi empat kelompok yang luas yang disebut 4P, yaitu:

1. *Product* (Produk)

Kotler (1997) mengemukakan unsur pertama dari marketing mix adalah produk, dimana produk apa saja yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk didalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan. Ada tiga tingkat yang harus dipikirkan dalam upaya mengembangkan suatu produk, yaitu tingkatan pertama yang paling dasar adalah inti produk yang akan menjawab pertanyaan: “Apa yang sebenarnya dibeli oleh seorang konsumen”. Pada tingkat kedua adalah wujud produk, meliputi mutu, merek, kemasan, dan corak.

## 2. *Price* (Harga)

*Price* (harga) adalah nilai tukar barang atau jasa dan berbagai macam manfaat lain yang bersangkutan dengan barang atau jasa (Kotler,1997). Harga adalah komponen yang menghasilkan pendapatan dan harga itu sendiri merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sutojo, 2001).

## 3. *Place* (Tempat)

Basu dan Irawan (2005) menjelaskan bahwa aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi atau tempat dalam bauran pemasaran adalah:

### a. Sistem transportasi perusahaan

Sistem pengangkutan meliputi keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, penentuan jalur yang harus ditempuh.

### b. Sistem penyimpanan

Sistem penyimpanan meliputi bagian pemasaran yang harus menentukan letak gudang, jenis peralatan yang dipakai untuk menangani material maupun peralatan lainnya.

### c. Pemilihan saluran distribusi

Pemilihan saluran distribusi meliputi keputusan tentang penggunaan penyalur dan bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan para penyalur tersebut

## 4. *Promotion* (Promosi)

Promotion (Promosi) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, maksudnya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan. Tujuan promosi yang lainnya yaitu agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyalk pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan (Kotler, 1997). Variabel promosi atau yang lazim disebut bauran komunikasi pemasaran adalah:

- a. *Advertising*, yaitu semua bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
- b. *Sales promotion*, yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa.
- c. *Public relations and publicity*, yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.
- d. *Personal selling*, yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.

*Direct marketing*, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung personal lainnya.

### **2.8 Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)***

Metoda *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam produk atau servisnya. Pendekatan IPA adalah untuk mengenali kepuasan sebagai fungsi dari: seberapa penting sebuah produk atau jasa buat konsumen dan performa bisnis atau perusahaan dalam penyediaan jasa atau produk (Martilla dan James, 1977). Dalam hal ini IPA tidak hanya menguji performa dari sebuah item tapi juga kepentingan item tersebut sebagai faktor yang menentukan dalam kepuasan konsumen. Dengan kata lain IPA menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi sekarang yang belum memuaskan.

Penggunaan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* akan menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Metode ini menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

- Tki = Tingkat kesesuaian petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.
- Xi = Skor penilaian variabel dari dimensi penentu kepuasan produk
- Yi = Skor penilaian variabel dari kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC..
- i = Variabel ke-I (I = 1,2,3,.....)

Penyederhanaan rumus untuk setiap variabel yang mempengaruhi kepuasan dan kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC. digunakan rumus rata-rata sebagai berikut:

dimana:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

- $\bar{X}$  = Skor rata-rata dari variabel kinerja insektisida Sidamethrin 50 EC
- $\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari variabel tingkat kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC..
- n = Jumlah responden petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.
- i = Variabel ke-I (I = 1,2,3,.....)

Metode ini menggunakan diagram kartesius yang mana digunakan untuk menjabarkan variabel-variabel tingkat kesesuaian kepentingan dan kepuasan pelanggan pada mutu dan pelayanan. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), titik-titik tersebut diperoleh dari rumus:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}}{K}$$

Dimana:

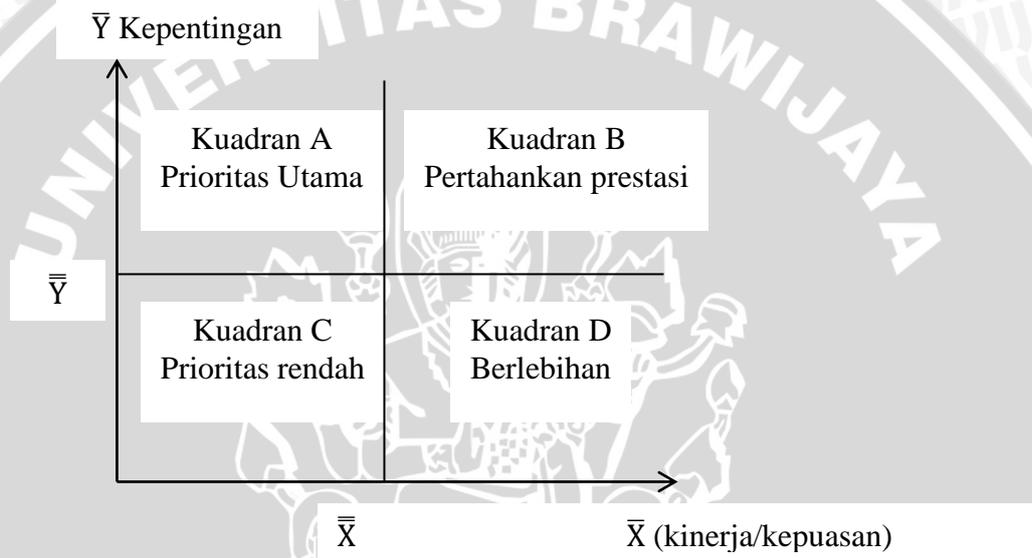
- $\bar{\bar{X}}$  = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat pelaksanaan/kinerja (kepuasan) seluruh dimensi penentu kepuasan produk
- $\bar{\bar{Y}}$  = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat kepentingan seluruh variabel dari dimensi penentu kepuasan produk



$K$  = Banyaknya variabel dari dimensi penentu kepuasan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan petani dalam mengkonsumsi insektisida Sidamethrin 50 EC.

$i$  = Variabel ke-I ( $I = 1,2,3,\dots$ )

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. Adapun gambar diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram kartesius (Supranto,2011)

Keterangan:

A : Kuadran A, menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan pelanggan (pelanggan tidak puas).

B : Kuadran B, menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, hal itu wajib dipertahankan, dianggap atribut itu sangat penting dan sangat memuaskan bagi pelanggan.

C : Kuadran C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, dan pelaksanaan oleh perusahaan juga biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.



- D : Kuadran D, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan

## 2.9. Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Sebuah pengukuran langsung untuk mengevaluasi kualitas pelayanan biasa disebut *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pengguna atau konsumen pada aspek layanan yang dinyatakan dalam tingkat kepentingan dibandingkan dengan harapan pengguna atau konsumen dinyatakan dalam tingkat kepuasan. CSI merupakan pengukuran kepuasan yang baik karena merangkum penilaian pengguna atau konsumen tentang berbagai atribut pelayanan dalam skor tunggal.

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk (Aritonang, 2005). Terdapat empat langkah dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu:

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS),

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

$Y_i$  = Nilai kepentingan atribut ke- $i$

$I$  = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, ..., atribut 11)

$n$  = Jumlah responden ( $n = 64$ )

2. Membuat Weight Factors (WF), bobot ini merupakan nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WFI = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} 100\%$$

Dimana :

$I$  = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, ..., atribut 11)

$p$  = Jumlah atribut ( $k=11$ )

3. Membuat Weight Score (WS), bobot ini merupakan perkalian antara Weight Factor (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (Mean Satisfaction Score=MSS)

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

4. Penentuan besarnya nilai Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} 100\%$$

Dimana :

HS = Skala maksimum yang digunakan (*Height Scale*)

### 2.10. Skala Likert

Menurut Simamora (2002), skala yang merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran adalah skala likert. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan mereka. Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan tertutup. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi. Karena pilihan jawaban berjenjang, maka setiap jawaban bisa diberi bobot sesuai dengan intensitasnya. Misalnya ada lima pilihan jawaban. Intensitas paling rendah diberi 1 dan tertinggi diberi 5. Namun bisa juga sebaliknya asal konsisten: intensitas tertinggi 1 dan terendah 5.

Supranto (1997) menegaskan, bahwa mutu jasa atau produk dapat diindeks dengan kekuatan jawaban menuju ke setiap butir kepuasan. Format likert dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan jasa/produk, sehingga memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat pendapatannya dalam pelayanan produk yang mereka terima. Dari pandangan statistis, skala dengan lima tingkatan (dari 1 sampai 5) lebih tinggi keandalannya dari skala dengan dua tingkatan yaitu ya atau tidak.

### BAB III KERANGKA TEORITIS

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Sektor pertanian memiliki berbagai permasalahan yang sulit untuk dihadapi oleh petani maupun pemerintah. Permasalahan tersebut salah satunya adalah serangan hama & penyakit pada tanaman budidaya. Para petani sering mengalami kerugian yang cukup besar jika tanaman budidayanya sudah terserang hama & penyakit. Kemudian mereka mencari solusi tentang bagaimana melakukan pencegahan dan perlindungan terhadap tanaman budidayanya, sehingga petani akan mendapatkan keuntungan dan bertahan hidup.

Berawal dari permasalahan diatas, peran insektisida menjadi sangat penting dalam sektor pertanian. Meskipun insektisida memiliki dampak negatif terhadap lingkungan, namun tetap saja sarana produksi ini masih dicari oleh para petani. Hal ini menyebabkan permintaan insektisida di pasar meningkat. Semakin meningkatnya kebutuhan insektisida para petani, maka jumlah produsen insektisida juga akan semakin meningkat pula.

Seiring dengan kemajuan industri sekarang ini, banyak sekali produsen penghasil insektisida. Hal ini membuat para produsen harus lebih kreatif dalam merancang strategi pemasarannya. Menurut Tjiptono (1997), strategi pemasaran adalah suatu program yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengimplementasikan misinya guna mendapatkan kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Salah satu produsen penghasil insektisida adalah PT Petrosida Gresik. Perusahaan ini kurang lebih memproduksi lebih antara 91 merek pestisida, yang didalamnya terdiri dari herbisida, insektisida, fungisida, produk bio, zat pengatur tubuh, dan rodentisida. Diantara 91 merek tersebut, tentunya ada beberapa merek yang paling diminati oleh petani (produk platinum). Salah satu produk platinum

yang paling diminati petani adalah insektisida merek Sidamethrin 50 EC. Insektisida ini telah dipasarkan hampir diseluruh Indonesia.

Strategi pemasaran PT Petrosida Gresik untuk menghadapi persaingan antar produsen insektisida tidak hanya bertujuan mencapai target penjualan yang tinggi, namun juga bertujuan mencapai kepuasan konsumen dan selanjutnya mencapai loyalitas. Berbagai strategi pemasaran dilakukan oleh PT Petrosida Gresik ditengah-tengah persaingan produsen yang ketat, salah satunya adalah dengan melakukan strategi promosi seperti iklan baik melalui media elektronik seperti televisi, radio maupun dengan media cetak seperti brosur, pamphlet dan juga menciptakan kepuasan konsumen yang bertujuan untuk loyalitas.

Selain mengalami persaingan dengan perusahaan lain, PT Petrosida Gresik juga memiliki permasalahan mengenai produk insektisida Sidamethrin 50 EC. Berdasarkan informasi dari PT Petrosida Gresik, penjualan untuk produk Sidamethrin 50 EC memang meraih penjualan yang baik dan dianggap sebagai produk platinum sehingga dapat dikatakan bahwa beberapa kinerja atribut dalam insektisida Sidamethrin 50 EC ini sudah dianggap baik oleh konsumen. Hal ini berbanding terbalik dengan keadaan di lapang yang dialami petani sebagai pengguna insektisida ini. Beberapa petani masih mengalami kendala ketika akan dan telah menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC seperti keterlambatan distribusi produk, manfaat yang kurang, harga yang terus menaik dan lain sebagainya. Kendala-kendala ini kadang disampaikan petani kepada perusahaan melalui layanan pelanggan perusahaan melalui via sms, telepon, dan email pelanggan, namun masih banyak petani-petani di lapang yang enggan menyampaikan keluhannya sehingga perusahaan perlu melakukan tinjauan ke lapang mengenai produk insektisida Sidamethrin 50 EC.

Kendala-kendala produk yang dialami petani dan persaingan di pasar membuat perusahaan harus melakukan strategi pemasaran di tahap yang lebih tinggi lagi, yaitu mempertahankan konsumen dan melakukan penilaian dimana pencapaian titik kepuasan pada konsumen yang telah menggunakan produknya. Hal tersebut perlu dilakukan karena untuk mewujudkan salah satu tujuan manajemen PT Petrosida Gresik yaitu kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen

dipengaruhi oleh atribut-atribut yang telah diciptakan oleh perusahaan di dalam produk, namun tidak semua atribut yang ada dalam produk tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Oleh karena itu dalam tujuan mengetahui kepuasan konsumen produk insektisida Sidamethrin 50 EC, perlu adanya analisis mengenai tingkat harapan atau kepentingan konsumen dan tingkat kinerja produk. Konsumen akan melakukan penilaian tingkat harapan (kepentingan) dan tingkat kinerja ini melalui atribut-atribut yang terdapat dalam produk insektisida Sidamethrin 50 EC.

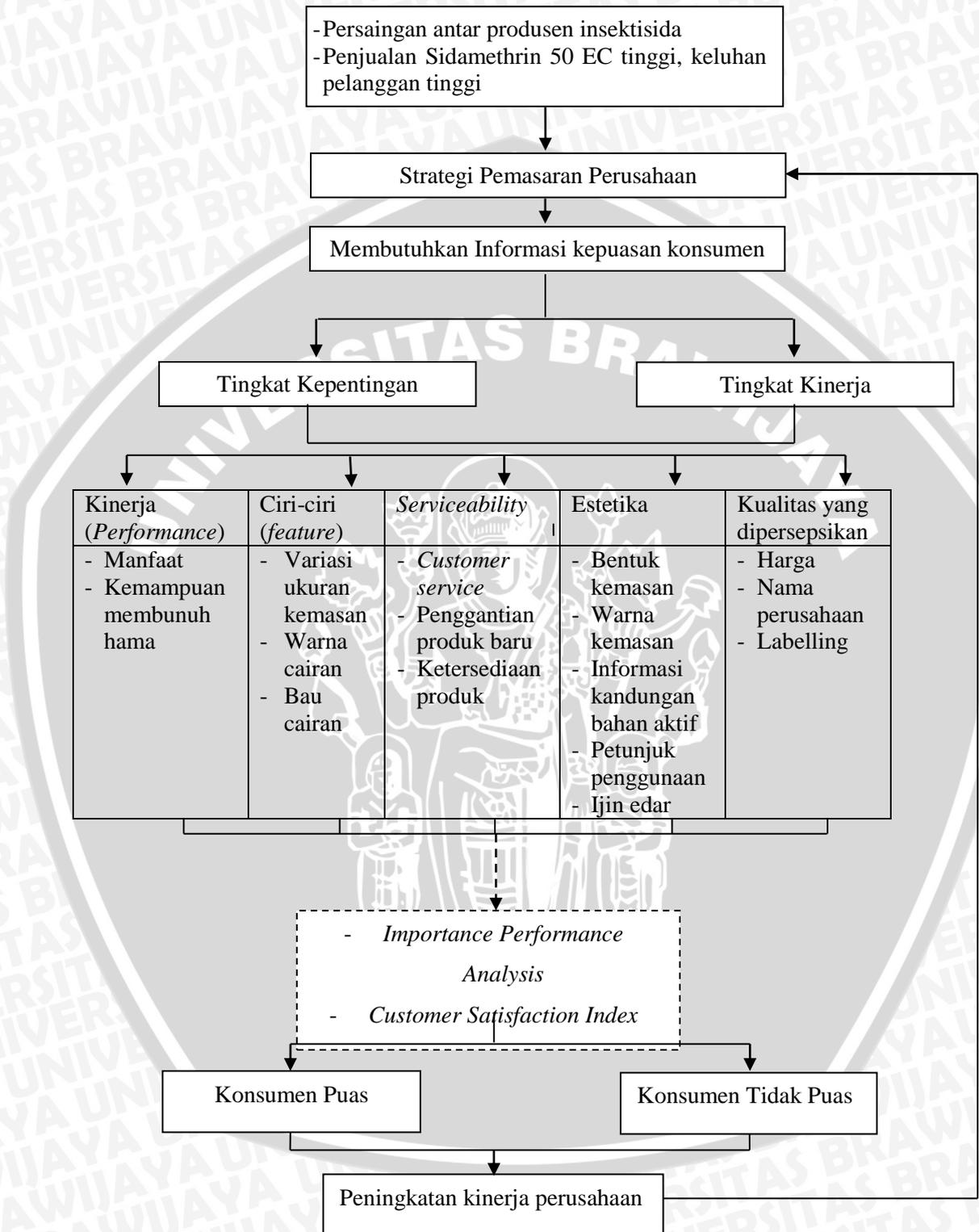
Untuk penentuan atribut yang akan diukur dalam penelitian ini, hal yang dilakukan adalah menentukan dimensi penentu kepuasan konsumen terlebih dahulu. Dengan mempertimbangkan teori mengenai 8 dimensi penentu kepuasan produk menurut Garvin (1988) dalam Tjiptono & Diana (2003), yaitu: kinerja (*Performance*), ciri-ciri (*Feature*), keandalan (*reliability*), estetika, *serviceability*, kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance specification*), daya tahan (*durability*) dan kualitas yang dipersepsikan. Namun tidak semua dimensi ini dapat dimasukkan dalam kriteria pengukuran kepuasan karena dimensi-dimensi tersebut tidak semua sesuai apabila diterapkan dalam produk insektisida Sidamethrin 50 EC, maka dalam penelitian ini menggunakan 5 dimensi penentu kepuasan terhadap produk yaitu kinerja (*Performance*), ciri-ciri (*Feature*), estetika, *serviceability*, dan kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance specification*).

Kemudian ke 5 dimensi produk yang telah didapat sebelumnya dipadukan dengan atribut-atribut diatas. Maka atribut yang digunakan adalah sebagai berikut: untuk dimensi kinerja (*Performance*) yakni manfaat dan kemampuan membunuh hama, untuk dimensi ciri-ciri (*Feature*) yakni variasi ukuran kemasan, warna cairan, dan bau cairan, untuk estetika yakni bentuk kemasan, warna kemasan,

informasi kandungan bahan aktif, dan petunjuk penggunaan dan izin edar, untuk *serviceability* yakni *customer service*, penggantian produk baru, dan ketersediaan produk, untuk kualitas yang dipersepsikan yakni harga, nama perusahaan, dan labelling.

Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari setiap atribut yang telah ditentukan diatas pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC dapat diketahui dengan menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penggunaan metode ini dikarenakan metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang mudah dilakukan untuk mengukur atribut dan tingkat kepentingan serta tingkat kinerja kualitas produk. Pengukuran setiap atribut dalam tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menggunakan skala lima peringkat (Skala Likert). Menurut Simamora (2004), Skala Likert merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Atribut yang telah ditentukan diatas diukur dengan menggunakan skala likert (1-5) yang terdapat di dalam kuisisioner pertanyaan untuk setiap responden.

Penelitian ini akan menganalisis kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan insektisida Sidamethrin 50 EC terhadap tingkat kepentingan petani sebagai konsumen insektisida Sidamethrin 50 EC. Apabila tingkat kinerja perusahaan melebihi tingkat kepentingan, maka konsumen sangat puas. Apabila tingkat kinerja perusahaan sama dengan tingkat kepentingan petani sebagai konsumen, maka konsumen merasa puas. Jika tingkat kinerja perusahaan kurang dari tingkat kepentingan konsumen, maka konsumen merasa tidak puas. Berdasarkan informasi nilai kepuasan yang didapat tersebut, kinerja perusahaan dapat diperbaiki apabila kepuasan petani sebagai konsumen memang tidak puas. Jika sudah merasa sudah puas atau bahkan sangat puas, perusahaan harus dapat mempertahankan eksistensi dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam kerangka pemikiran Gambar 3.1



Gambar 5. Kerangka Pemikiran

Ket:

———— : alur pemikiran

----- : alat analisis



### 3.2. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa dari 16 atribut yang ditawarkan, terdapat beberapa atribut yang tidak dipertimbangkan petani sebagai konsumen dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC diproduksi oleh PT Petrosida Gresik.
2. Diduga bahwa petani sebagai konsumen di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu merasa kurang puas dengan insektisida Sidamethrin 50 EC diproduksi oleh PT Petrosida Gresik karena masih merasakan keluhan ketika menggunakan insektisida ini.

### 3.3. Batasan Masalah

Adapun batasan permasalahan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk Insektisida yang diteliti adalah insektisida merek Sidamethrin 50 EC yang diproduksi oleh PT Petrosida Gresik.
2. Responden dalam penelitian ini adalah petani di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu yang telah membeli dan menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC dengan kemasan isi 100 ml dan 400 ml produksi PT Petrosida Gresik.

### 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Deskripsi mengenai definisi operasional variabel dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

| No. | Konsep  | Variabel  | Dimensi   | Atribut                   | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel   | Indikator   |
|-----|---|---|---|---------------------------|---|---|---|
| 1.  | Kepuasan konsumen adalah kesesuaian antara tingkat kinerja produk insektisida Sidamethrin 50 EC dengan tingkat kepentingan atau harapan petani (konsumen yang menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC) | Tingkat kinerja produk yaitu penilaian dari kualitas produk insektisida Sidamethrin 50 EC dalam membasmi hama berdasarkan persepsi konsumen | Kinerja ( <i>Performance</i> ) adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli. | - Manfaat                 | - Nilai guna dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC  | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik                               | 5= Untuk >4 jenis hama pada tanaman yg berbeda<br>4= Untuk 4 jenis hama pada tanaman yang berbeda<br>3= Untuk 3 jenis hama pada tanaman yang berbeda<br>2= untuk 2 jenis hama pada tanaman yang berbeda<br>1= Hanya untuk 1 jenis hama pada 1 jenis tanaman |
|     |   |   |   | - Kemampuan membunuh hama | - Banyaknya jumlah hama yang dapat dibunuh produk insektisida Sidamethrin 50 EC                         | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik                               | 5= >400 ml per ha<br>4= 300 ml per ha<br>3= 200 ml per ha<br>2= 100 ml per ha<br>1= Tidak dapat membunuh hama sama sekali   |
|     |   |   | Ciri-ciri ( <i>Feature</i> ) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dari sebuah produk     | - Variasi ukuran kemasan  | - Banyaknya jenis perbedaan isi dalam kemasan yang ditawarkan oleh produk insektisida Sidamethrin 50 EC | Skor :<br>5= Sangat bervariasi<br>4= Bervariasi<br>3= Cukup bervariasi<br>2= Kurang bervariasi<br>1= Tidak bervariasi | 5= > 4 variasi ukuran kemasan<br>4= 4 variasi ukuran kemasan<br>3= 3 variasi ukuran kemasan<br>2= 2 variasi kemasan<br>1= Hanya 1 kemasan   |

| No | Konsep | Variabel | Dimensi | Atribut        | Definisi Operasional   | Pengukuran Variabel  | Indikator  |
|----|--------|----------|---------|----------------|--|--|--|
|    |        |          |         | - Warna cairan | - Warna cairan menarik bagi konsumen                               | Skor :<br>5= Sangat cerah<br>4= cerah<br>3= Cukup cerah<br>2= Kurang cerah<br>1= Tidak cerah                     | 5= Warna mencolok<br>4= Warna mencolok kombinasi kalem<br>3= Warna kalem<br>2= Warna gelap<br>1= Tidak berwarna (bening)   |
|    |        |          |         | - Bau cairan   | - Daya tangkap atau respon positif hidung sebagai indera penciuman | Skor :<br>5= Sangat menyengat<br>4= menyengat<br>3= Cukup menyengat<br>2= Kurang menyengat<br>1= Tidak menyengat | 5= Berbau menyengat dan meracuni pengguna<br>4= Berbau menyengat dlm radius luas<br>3= Berbau menyengat namun cpt hilang<br>2= Berbau menyengat<br>1= Tidak berbau |

| No | Konsep | Variabel | Dimensi   | Atribut                    | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel   | Indikator  |
|----|--------|----------|---|----------------------------|---|---|--|
|    |        |          | <i>Serviceability</i> , meliputi kecepatan, kenyamanan, serta penanganan keluhan pelanggan yang memuaskan | - <i>Customer service</i>  | - Pelayanan kritik, saran, pertanyaan, dan informasi terbaru yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan   | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik | 5= Dilayani, sesuai dengan hormat<br>4= Dilayani, sesuai tp kurang dihormati<br>3= Dilayani dan sesuai<br>2= Dilayani tp tidak sesuai<br>1= Tidak pernah dilayani  |
|    |        |          |   | - Penggantian produk baru. | - Penggantian produk baru oleh perusahaan jika produk yang dibeli konsumen ternyata mengalami kerusakan yang mana hal tersebut merupakan kesalahan dari perusahaan. | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik | 5= Diganti dengan barang baru<br>4= Diganti dengan barang baru namun kemasan berbeda<br>3= Diganti dengan jenis barang yg masih rusak<br>2= Janji diganti, tp blm terealisasi<br>1= Tidak pernah diganti |
|    |        |          |   | Ketersediaan produk        | - Tersedianya produk  | Skor :<br>5= Sangat   | 5= Tersedia disetiap kios<br>4= Tersedia hanya di beberapa   |

|  |  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  | insektisida Sidamethrin 50 EC yang selalu ada di tempat konsumen membeli sehingga mudah didapat dan dijangkau. | tersedia<br>4= Tersedia<br>3= Cukup tersedia<br>2= Kurang tersedia<br>1= Tidak tersedia | kios<br>3= Tersedia, harga mahal<br>2= Tersedia, tp langka<br>1= Tidak pernah tersedia |
|--|--|--|--|--|--|---|--|

| No. | Konsep | Variabel | Dimensi  | Atribut           | Definisi Operasional                    | Pengukuran Variabel   | Indikator   |
|-----|--------|----------|--|-------------------|---|---|---|
|     |        |          | Estetika yaitu daya tarik produk insektisida Sidamethrin 50 EC terhadap panca indera | - Bentuk kemasan. | - Bentuk kemasan menarik bagi konsumen. | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik     | 5= Kemasan botol kaleng<br>4= Kemasan botol plastik putih tdk transparan<br>3= Kemasan botol plastik bening transparan tebal<br>2= Kemasan botol plastik bening transparan tipis<br>1= Kemasan sachet plastik   |
|     |        |          |  | - Warna kemasan   | - Warna kemasan menarik bagi konsumen   | Skor :<br>5= Sangat cerah<br>4= cerah<br>3= Cukup cerah<br>2= Kurang cera<br>1= Tidak cerah | 5= Warna dasar dan warna kombinasi mencolok<br>4= Warna dasar mencolok mendominasi, kombinasi kalem<br>3= Warna dasar mencolok, kombinasi kalem mendominasi<br>2= Warna dasar kalem, kombinasi mecolok memudar<br>1= Warna dasar kalem, kombinasi kalem memudar |

|  |  |  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|--|--|---|--|--|
|  |  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi kandungan bahan aktif.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tersedianya informasi mengenai kandungan bahan aktif bagi konsumen.</li> </ul> | Skor :<br>5= Sangat jelas<br>4= Jelas<br>3= Cukup jelas<br>2= Kurang jelas<br>1= Tidak jelas | 5= Ada, lengkap, dan benar<br>4= Ada dan lengkap<br>3= Ada, namun tidak lengkap<br>2= Ada, namun salah<br>1= Tidak ada informasi |
|--|--|--|--|--|---|--|--|

| No. | Konsep | Variabel | Dimensi | Atribut   | Definisi Operasional   | Pengukuran Variabel  | Indikator   |
|-----|--------|----------|---------|---|--|--|---|
|     |        |          |         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Petunjuk penggunaan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tersedianya informasi mengenai bagaimana cara menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC sehingga aman bagi konsumen</li> </ul> | Skor :<br>5= Sangat jelas<br>4= Jelas<br>3= Cukup jelas<br>2= Kurang jelas<br>1= Tidak jelas | 5= ada, lengkap, dan benar<br>4= Ada dan lengkap<br>3= Ada, namun tidak lengkap<br>2= Ada, namun salah<br>1= Tidak ada informasi          |
|     |        |          |         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ijin Edar</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perijinan masa atau jenjang edar produk</li> </ul>  | Skor :<br>5= Sangat jelas<br>4= jelas<br>3= Cukup jelas<br>2= Kurang jelas                   | 5= Ada, ukuran sedang, jelas<br>4= Ada, ukuran besar, jelas<br>3= Ada, ukuran besar, tdk jelas<br>2= Ada, ukuran kecil dikemas, tdk jelas |

|  |  |  |  |  |  |                |                        |
|--|--|--|--|--|--|----------------|------------------------|
|  |  |  |  |  |  | 1= Tidak jelas | 1= Tidak ada informasi |
|--|--|--|--|--|--|----------------|------------------------|

| No | Konsep | Variabel | Dimensi   | Atribut         | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel   | Indikator  |
|----|--------|----------|---|-----------------|---|---|--|
|    |        |          | Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. | - Harga         | - Jumlah uang yang dibutuhkan dan dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk insektisida Sidamethrin 50 EC, diukur dengan satuan rupiah (Rp) | Skor:<br>5= Sangat murah<br>4= Murah<br>3= Cukup murah<br>2= Kurang murah<br>1= Tidak murah | 5= 5000-15.000<br>4= 15.000-30.000<br>3= 30.000-45.000<br>2= 45.000-60.000<br>1= > 60.000  |
|    |        |          |   | - Nama produsen | - Nama perusahaan yang memproduksi insektisida Sidamethrin 50 EC.   | Skor :<br>5= Sangat terkenal<br>4= Terkenal<br>3= Cukup terkenal<br>2= Kurang               | 5= Ada, tercantum, dan terkenal<br>4= Ada , tercantum, tdk terkenal<br>3= Ada, tdk tercantum, produsen tdk terpercaya<br>2= Ada, namun tdk dicantumkan<br>1= Tidak terdapat informasi produsen |

|  |  |  |  |            |   |   |   |
|--|--|--|--|------------|---|---|---|
|  |  |  |  |            |   | terkenal<br>1= Tidak terkenal   |   |
|  |  |  |  | - Labeling | - Tanda label (sertifikasi) yang diberikan pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC. | Skor :<br>5= Sangat baik<br>4= Baik<br>3= Cukup baik<br>2= Kurang baik<br>1= Tidak baik | 5= Rapi, penulisan benar, menarik<br>4= Rapi, penulisan benar<br>3= Rapi, penulisan salah<br>2= Tidak rapi, namun penulisan benar<br>1= Tidak rapi, penulisan salah |

| No. | Konsep   | Variabel   | Dimensi   | Atribut                   | Definisi Operasional   | Pengukuran Variabel  |
|-----|--|--|---|---------------------------|--|--|
| 2.  | Kepuasan konsumen adalah kesesuaian antara tingkat kinerja produk insektisida Sidamethrin 50 EC dengan tingkat kepentingan atau harapan petani (konsumen yang menggunakan produk insektisida | Tingkat kepentingan kepuasan produk yaitu harapan yang ingin didapat oleh konsumen (petani) dari membeli produk insektisida Sidamethrin 50 EC. | Kinerja ( <i>Performance</i> ) adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli. | - Manfaat                 | - Nilai guna dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC   | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |  |  |   | - Kemampuan membunuh hama | - Banyaknya jumlah hama yang dapat dibunuh produk insektisida Sidamethrin 50 EC.                         | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |  |  |   | - Variasi ukuran kemasan  | - Banyaknya jenis perbedaan isi dalam kemasan yang ditawarkan oleh produk insektisida Sidamethrin 50 EC. | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |  |  | Ciri-ciri ( <i>Feature</i> ) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dari sebuah produk     |                           |  |  |

|                    |                |  |  |
|--------------------|----------------|--|--|
| Sidamethrin 50 EC) | - Warna cairan | - Warna cairan menarik bagi konsumen                               | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|                    | - Bau cairan   | - Daya tangkap atau respon positif hidung sebagai indera penciuman | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |

| No. | Konsep | Variabel | Dimensi   | Atribut                    | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel  |
|-----|--------|----------|---|----------------------------|---|--|
|     |        |          | <i>Serviceability</i> , meliputi kecepatan, kenyamanan, serta penanganan keluhan pelanggan yang memuaskan | - <i>Customer service</i>  | - Pelayanan kritik, saran, pertanyaan, dan informasi terbaru yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan   | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |   | - Penggantian produk baru. | - Penggantian produk baru oleh perusahaan jika produk yang dibeli konsumen ternyata mengalami kerusakan yang mana hal tersebut merupakan kesalahan dari perusahaan. | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |   | - Ketersediaan produk      | - Tersedianya produk insektisida Sidamethrin 50 EC yang selalu ada di tempat  | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting  |

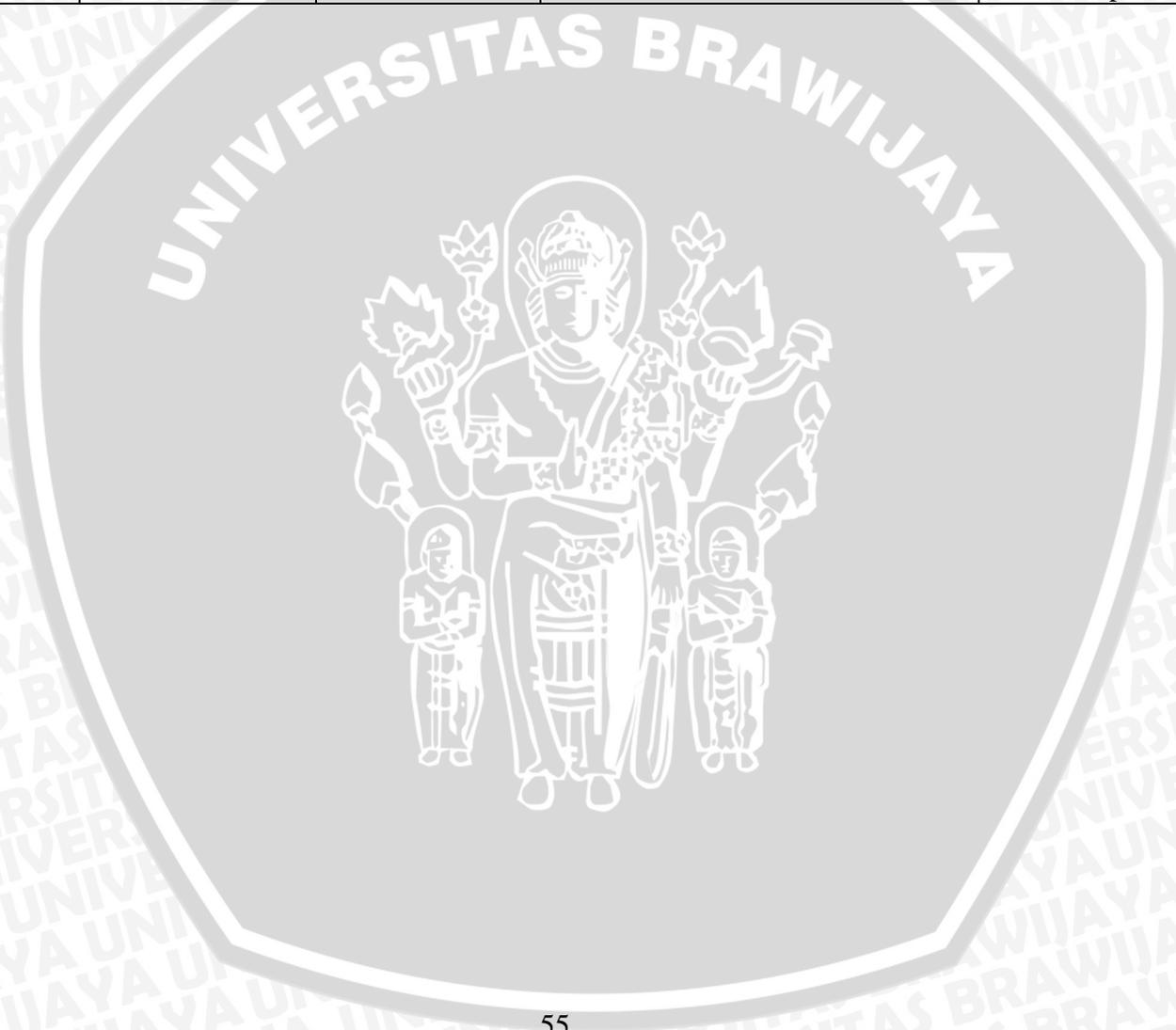
|  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  |  | konsumen membeli sehingga mudah didapat dan dijangkau. | 3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|--|--|--|--|--|--|---|

| No. | Konsep | Variabel | Dimensi  | Atribut                            | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel  |
|-----|--------|----------|--|------------------------------------|---|--|
|     |        |          | Estetika yaitu daya tarik produk insektisida Sidamethrin 50 EC terhadap panca indera | - Bentuk kemasan.                  | - Bentuk kemasan menarik bagi konsumen.                               | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |  | - Warna kemasan                    | - Warna kemasan menarik bagi konsumen                                 | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |  | - Informasi kandungan bahan aktif. | - Tersedianya informasi mengenai kandungan bahan aktif bagi konsumen. | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting  |

|  |  |  |  |                       |   |  |
|--|--|--|--|-----------------------|---|--|
|  |  |  |  |                       |   | 3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting  |
|  |  |  |  | - Petunjuk penggunaan | - Tersedianya informasi mengenai bagaimana cara menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC sehingga aman bagi konsumen, | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|  |  |  |  | - Ijin Edar           | - Perijinan masa atau jenjang edar produk   | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |

| No. | Konsep | Variabel | Dimensi   | Atribut         | Definisi Operasional  | Pengukuran Variabel  |
|-----|--------|----------|---|-----------------|---|--|
|     |        |          | Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. | - Harga         | - Jumlah uang yang dibutuhkan dan dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk insektisida Sidamethrin 50 EC, diukur dengan satuan rupiah (Rp) | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |   | - Nama produsen | - Nama perusahaan yang memproduksi insektisida Sidamethrin 50 EC.   | Skor :<br>5= Sangat penting<br>4= Penting<br>3= Cukup penting<br>2= Kurang penting<br>1= Tidak penting |
|     |        |          |   | - Labeling      | - Tanda label (sertifikasi) yang  | Skor :   |

|  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|--|---|---|
|  |  |  |  |  | <p>diberikan pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC.</p> | <p>5= Sangat penting<br/>4= Penting<br/>3= Cukup penting<br/>2= Kurang penting<br/>1= Tidak penting</p> |
|--|--|--|--|--|---|---|



## BAB IV METODE PENELITIAN

### 4.1. Metode Penentuan Lokasi

Untuk penentuan lokasi penelitian pada penelitian ini dilakukan secara sengaja, yaitu di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dengan pertimbangan bahwa konsumen yang pernah menggunakan insektisida merek Sidamethrin 50 EC adalah petani di desa tersebut. Pemilihan lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa kota Batu merupakan kota yang terkenal dengan kemajuan akan agrowisatanya, mata pencaharian sebagian penduduk disana adalah petani, dan tingkat penggunaan insektisida merek Sidamethrin 50 EC tinggi, sehingga perlu untuk diadakannya penelitian ini. Oleh karena itu, petani di lokasi tersebut besar kemungkinan telah mengetahui dan menggunakan insektisida merek tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa tempat tersebut sangat *representative* sebagai tempat penelitian karena responden yang dimiliki juga sangat representif sesuai kebutuhan penelitian. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Januari – Februari 2014.

### 4.2. Metode Penentuan Sample

Penentuan sample dilakukan dengan mengambil beberapa anggota dari populasi yang *representative* mewakili seluruh anggota populasi. Populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian tarik kesimpulannya (Sugyiono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang pernah membeli dan menggunakan insektisida merek Sidamethrin 50 EC di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Alasan memilih petani yang pernah membeli dan menggunakan insektisida merek Sidamethrin 50EC karena petani merupakan konsumen yang dianggap telah mengetahui tentang produk insektisida yang digunakan untuk membasmi hama yang mengganggu tanaman budidaya.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010). Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* karena sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2010), teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah:

1. Petani di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu yang pernah membeli dan menggunakan insektisida Sidamethrin 50EC untuk membasmi hama pada tanaman budidaya.
2. Daerah tersebut merupakan daerah dengan penjualan produk insektisida Sidamethrin 50 EC yang cukup tinggi.

Menurut pendekatan Malhotra (1996) dalam Asnawi & Masyhuri (2011), bahwa syarat yang diambil untuk penelitian memiliki kriteria tertentu, minimal 4-5 kali jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian. Atribut dalam penelitian ini berjumlah 16, yaitu manfaat, kemampuan membunuh hama, variasi ukuran kemasan, bentuk kemasan, warna kemasan, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan, ijin edar, *customer service*, penggantian produk baru, ketersediaan produk, harga, nama perusahaan, labelling. Jadi peneliti menetapkan responden sebanyak 64 (4 X 16) dengan pertimbangan bahwa jumlah atribut sudah banyak, maka hanya menggunakan 4 kali.

#### 4.3. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data didasarkan pada jenis data yang akan diambil. Adapun jenis sumber data diantaranya adalah:

1. Data Primer

Data didapat dari sumber secara langsung, yaitu yang diperoleh dari responden melalui wawancara dengan memberikan kuisioner yang berisi pertanyaan-

pertanyaan mengenai kepuasan konsumen terhadap produk insektisida Sidamethrin 50 EC dan dokumentasi saat melakukan wawancara tersebut.

## 2. Data Sekunder

Data didapat dari instansi terkait, yaitu dari PT Petrosida Gresik mengenai data penjualan dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC dan pustaka ilmiah yang relevan untuk mendukung hasil penelitian.

### 4.4. Metode Pengujian Instrumen

#### 4.4.1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin di ukur (Budi & Ashari, 2005). Dalam hal ini uji validitas digunakan dalam penerapan sebagai instrumen yang mengukur data responden milik peneliti.

Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara variabel/ item dengan skor total variabel. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana,

r = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya koresponden

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$  = Jumlah Skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah Skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing Y

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan

diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2009) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r \geq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
2. Jika  $r \leq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

#### 4.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Simamora (2002), reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila digunakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (konsisten).

Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Penelitian ini merupakan reabilitas internal yaitu menganalisis data yang berasal dari satu jali pengujian instrument dan karena menggunakan skala, maka untuk mengukur reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas instrumen penelitian ini akan menggunakan *reliability analysis* dengan teknik *Alpha Cronbach* yang mempunyai rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \partial_b^2}{\partial_t^2} \right]$$

Keterangan:

- $\alpha$  = Koefisien reliabilitas instrumen *Alpha Cronbach*  
 $n$  = Jumlah butir pernyataan  
 $\sum \partial_b^2$  = Jumlah varian butir  
 $\partial_t^2$  = Varian total

Penelitian ini, dalam pengujian reabilitas dan validitas dilakukan dengan cara memasukkan butir-butir hasil jawaban responden untuk masing-masing atribut kedalam perhitungan reability analysis program SPSS. Hasil dari uji reabilitas antara masing-masing butir pertanyaan kuisisioner yang diperoleh adalah nilai Cronbach's Alpha, yang kemudian disesuaikan dengan koefisien reabilitas menurut Arikunto (1993) dalam Maulidayanti (2012), bahwa apabila koefisien reabilitas lebih kecil dari angka 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan apabila lebih besar dari angka 0,6 maka dinyatakan reliabel.

#### 4.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data disusun dalam bentuk tabulasi dan diuraikan secara deskriptif. Data primer yang telah diperoleh melalui wawancara yang telah dipersiapkan, kemudian dianalisis untuk melihat karakteristik responden sehingga dapat mengetahui kinerja perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan. Analisis selanjutnya adalah *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) atau indeks kepuasan konsumen (IKK) yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan atribut-atribut produk. Berikut ini penjelasan secara lengkap mengenai analisis- analisis yang akan digunakan seperti yang tersebut diatas.

##### 4.5.1. Pengukuran Atribut dengan Cochran Q Test

Metode Cochran Q Test merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan atau dianggap sah (valid) oleh konsumen sebelum konsumen melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu produk. Dimana peneliti akan mengeluarkan atribut-atribut yang dinilai tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang dipakai (Simamora, 2002). berkaitan dengan penelitian ini yakni tentang analisis kepuasan konsumen insektisida Sidamethrin 50 EC pada konsumen antara dan konsumen akhir, maka yang dicari adalah sejumlah atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli dan mengkonsumsi insektisida Sidamethrin 50 EC berdasarkan berbagai atribut yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya.

Dalam metode ini, responden diberikan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang pilihan jawabannya terdiri atas Ya dan Tidak terhadap daftar atribut (16 atribut) yang telah diidentifikasi, sedangkan untuk rumusan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban Ya yang sama.

Ha : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban Ya yang berbeda.

Dengan demikian, bila:

1.  $Q$  hitung  $>$  dari  $X^2$  tabel maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$

Jika tolak  $H_0$  berarti proporsi jawaban Ya masih berbeda pada semua atribut. Artinya belum ada kesepakatan di antara responden tentang atribut tersebut.

2.  $Q$  hitung  $<$  dari  $X^2$  tabel maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$

Jika terima  $H_0$  berarti proporsi jawaban ya sudah sama pada atribut. Artinya sudah ada kesepakatan antara responden tentang atribut tersebut.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai  $Q$  hitung dengan nilai  $Q$  tabel atau Chi square tabel. Derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari  $X^2$  tabel adalah  $df = \text{jumlah atribut} - 1$ , dengan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ . Taraf signifikan atau  $\alpha = 5\%$  berarti hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 95%.

Dimana rumus  $Q$  hitung adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) \left[ k \sum_i^k C_i^2 - (\sum_i^k C_i)^2 \right]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2}$$

Keterangan

$Q$  =  $Q$  hitung

$k$  = Jumlah atribut yang diuji ( $k=12$ )

$R_i$  = Jumlah Ya pada semua atribut untuk 1 responden

$C_i$  = Jumlah Ya pada 1 atribut untuk semua responden

$N$  = Jumlah sampel yang diuji

Dari hasil tersebut akan diperoleh  $Q$  hitung yang akan dibandingkan dengan  $Q$  tabel. Jika hasil analisis belum dapat memenuhi hipotesis maka harus dilakukan pengujian ulang. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghapus satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terkecil, setelah itu dilakukan dengan pengujian Cochran  $Q$  Test. Pengujian ini dilakukan sampai dipenuhi hipotesis dimana semua atribut sudah disepakati sebagai atribut yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian.

#### 4.5.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Pengukuran setiap atribut dalam tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menggunakan skala lima peringkat (Skala Likert). Menurut Simamora (2004), Skala Likert merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Nazir (1999) menyebutkan bahwa Skala Likert menggunakan data ordinal sehingga skala ini hanya dapat membuat ranking atau jenjang tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam skala. Pilihan berjenjang pada Skala Likert dimulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi atau bisa juga sebaliknya asalkan konsisten. Pilihan yang berjenjang ini menyebabkan setiap jawaban dapat diberi bobot sesuai dengan intensitasnya.

Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) akan menggunakan rumus berikut:

dimana:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

- $T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.  
 $X_i$  = Skor penilaian variabel dari penentu kepuasan produk  
 $Y_i$  = Skor penilaian variabel dari kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC..  
 $i$  = Variabel ke-I ( $I = 1,2,3, \dots, n$ )

Penyederhanaan rumus untuk setiap variabel yang mempengaruhi kepuasan dan kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC. digunakan rumus rata-rata sebagai berikut:

dimana:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

- $\bar{X}$  = Skor rata-rata dari variabel kinerja insektisida Sidamethrin 50 EC  
 $\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari variabel tingkat kepentingan petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.  
 $n$  = Jumlah responden petani yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.

$i$  = Variabel ke-I ( $I = 1,2,3,\dots,n$ )

Metode ini menggunakan diagram kartesius yang mana digunakan untuk menjabarkan variabel-variabel tingkat kesesuaian kepentingan dan kepuasan pelanggan pada mutu dan pelayanan. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , titik-titik tersebut diperoleh dari rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}}{K}$$

Dimana:

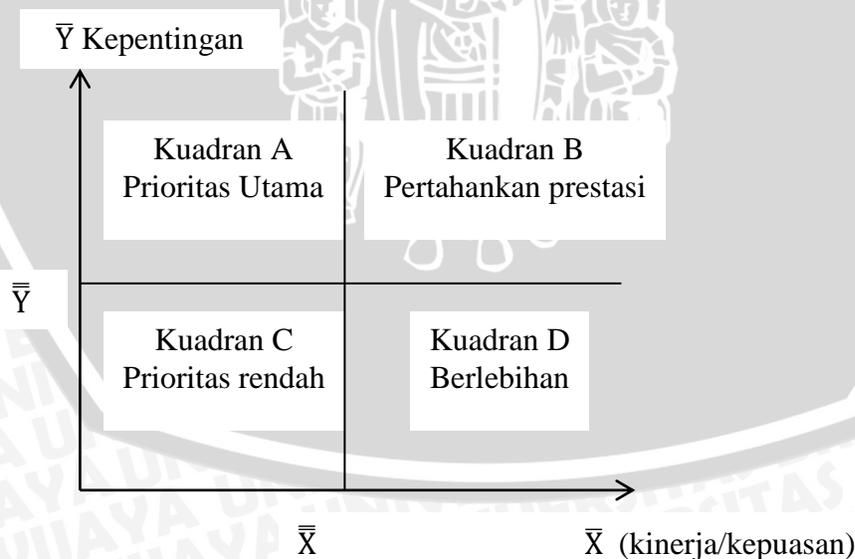
$\bar{X}$  = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat pelaksanaan/kinerja (kepuasan) seluruh dimensi penentu kepuasan produk

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat kepentingan seluruh variabel dari dimensi penentu kepuasan produk

$K$  = Banyaknya variabel dari dimensi penentu kepuasan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan petani dalam mengkonsumsi insektisida Sidamethrin 50 EC.

$i$  = Variabel ke-I ( $I = 1,2,3,\dots,n$ )

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. Adapun gambar diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram kartesius (Supranto,2011)

Keterangan:

- A : Kuadran A, menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan pelanggan (pelanggan tidak puas).
- B : Kuadran B, menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, hal itu wajib dipertahankan, dianggap atribut itu sangat penting dan sangat memuaskan bagi pelanggan.
- C : Kuadran C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, dan pelaksanaan oleh perusahaan juga biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D : Kuadran D, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan.

Berdasarkan gambar diagram kartesius dapat dilihat tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan (kepentingan) yaitu jika nilai  $Y \geq Y$  dan nilai  $X \geq X$ , maka atribut tersebut dianggap sudah sesuai antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingannya, artinya perusahaan telah memberikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.

#### **4.5.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)**

Tahapan-tahapan pengukuran CSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.

4. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5), kemudian dikali 100%.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005).

Pertama, menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan MSS (*Mean Satisfaction Score*). Nilai MIS berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen, sedangkan nilai MSS berasal dari rata-rata kinerja produk.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

$Y_i$  = Nilai kepentingan atribut ke- $i$   
 $i$  = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, ..., atribut 11)  
 $n$  = Jumlah responden ( $n = 64$ )

Kedua, membuat *Weight Factors* (WF). Bobot merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumus mencari nilai WF :

$$WFI = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} 100\%$$

Dimana :

$i$  = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, ..., atribut 11)  
 $p$  = Jumlah atribut ( $k=11$ )

Ketiga, membuat *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan ( $X_i$ ) ( $MSS = \text{Mean Satisfaction Score}$ )

$$WS_i = WFI \times MSS_i$$

Keempat, menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} 100\%$$

Dimana :

HS = Skala maksimum yang digunakan (*Height Scale*) yaitu 5.

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen dapat dikatakan bahwa kobsumen sudah merasa puas dan sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen mahasiswa

belum dikatakan puas. Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi ke dalam lima kriteria mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas. Adapun kriterianya, yaitu sebagai berikut :

- $> 90 - \leq 100$  = Sangat puas
- $> 75 - \leq 90$  = Puas
- $> 60 - \leq 75$  = Cukup puas
- $> 40 - \leq 60$  = Kurang puas
- $\leq 40$  = Tidak puas

PT Petrosida Gresik, 2013.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



## BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Keadaan Daerah Penelitian

Keadaan umum daerah penelitian adalah keadaan lokasi penelitian secara umum karena di dalam suatu penelitian sosial sangat penting untuk menuliskan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah. Keadaan umum daerah penelitian digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan suatu lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur.

#### 5.1.1. Karakteristik Desa Junrejo

Karakteristik Desa Junrejo ini terdiri dari beberapa karakteristik yaitu geografi dan topografi Desa Junrejo, luas wilayah dan jumlah KK Desa Junrejo, data orbitase Desa Junrejo, data batas wilayah dan jumlah penduduk, keadaan sosial ekonomi budaya masyarakat Desa Junrejo, dan yang terakhir yaitu prasarana pemerintah, pendidikan, kesehatan, perhubungan, perekonomian, dan keagamaan di Desa Junrejo.

##### 1. Geografi dan Topografi Desa Junrejo

Desa Junrejo ini terletak pada ketinggian 700 mil dengan curah hujan rata-rata per tahun yaitu 30 mm. Suhu rata-ratanya sekitar 28°C-30 °C. topografi Desa Junrejo ini terdiri dari dataran seluas 56 Ha dan areal perbukitan atau pegunungan seluas 42 Ha. Karena berada di wilayah pegunungan, membuat Desa Junrejo ini berpotensi untuk usaha tani.

##### 2. Luas Wilayah Desa Junrejo

Desa Junrejo mempunyai luas wilayah 433.157 km<sup>2</sup>. Dari luas wilayah tersebut, sebanyak 221 Ha merupakan sawah untuk usaha pertanian. Luas wilayah tersebut terdiri dari:

###### a. Permukiman yang terdiri dari:

- 1) Pemukiman pejabat pemerintah : 0,5 Ha
- 2) Pemukiman TNI/POLRI : 1,5 Ha
- 3) Pemukiman KPR/BTN : 2,5 Ha
- 4) Pemukiman Umum : 85 Ha

###### b. Bangunan yang terdiri dari:

- 1) Perkantoran : 5,9 Ha
- 2) Sekolah : 4 Ha
- 3) Pertokoan/Perdagangan : 3,5 Ha
- 4) Tempat Ibadah : 2 Ha
- 5) Makam Umum : 3 Ha
- 6) Jalan : 11 Ha
- c. Pertanian sawah yang terdiri dari:
  - 1) Sawah pengairan teknis (irigasi) : 221 Ha
  - 2) Ladang/Tegalan : 69 Ha
- d. Hutan : 8 Ha
- e. Rekreasi dan Olahraga yang terdiri dari:
  - 1) Lapangan sepak bola : 1,5 Ha
  - 2) Lapangan Bola Volly : 0,5 Ha
- f. Perikanan Darat/Air Tawar : 0,5 Ha
- g. Lahar terlantar/ tidur : 5 Ha
3. Jumlah KK Desa Junrejo  
Dengan luas wilayah 433.157 km<sup>2</sup> dengan jumlah KK sebanyak 2423.
4. Data Orbitase Desa Junrejo
  - a. Jarak dengan kecamatan Junrejo : ± 0,3 km
  - b. Jarak dengan pemerintah kota Batu : ± 7 km
  - c. Jarak dengan provinsi Jawa Timur : ±100 km

### 5.1.2. Batas Wilayah dan Jumlah Penduduk Desa Junrejo

Desa Junrejo ini masuk dalam Kecamatan Junrejo, Kota batu, Provinsi Jawa Timur dengan batas wilayah sebagai berikut:

1. Batas Wilayah
  - a. Utara : Desa Mojorejo dan Desa Beji
  - b. Timur : Desa Dadaprejo dan Desa Sumber sekar
  - c. Selatan : Desa Sumber sekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang
  - d. Barat : Desa Teklung

## 2. Jumlah Penduduk di Desa Junrejo

Berdasarkan tabel dibawah ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk lebih didominasi oleh lelaki. Hal ini berhubungan dengan hasil penelitian tentang responden yang dijumpai adalah 100% laki-laki.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

| No.           | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 1.            | Laki-laki     | 4719           | 51,2           |
| 2.            | Perempuan     | 4513           | 48,8           |
| <b>Jumlah</b> |               | 9232           | 100            |

## 3. Distribusi Jumlah Penduduk di Desa Junrejo Berdasarkan Usia

Dari data yang telah diperoleh di Desa Junrejo, bahwa penduduk didominasi dengan usia antara 26 – 60 tahun. Hal ini menjadi acuan pada saat penelitian bahwa pada usia responden yang ditemui juga kebanyakan usia antara 26 – 60. Terbukti bahwa usia terendah pada karakteristik responden adalah 28 tahun, sedangkan usia tertinggi adalah 62 tahun. Berikut adalah data jumlah penduduk berdasarkan usia di Desa Junrejo.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia

| No.           | Usia          | L (orang) | P (orang) | Jumlah (orang) | Presentase(%) |
|---------------|---------------|-----------|-----------|----------------|---------------|
| 1.            | 0 - 5 Tahun   | 321       | 270       | 591            | 6,4           |
| 2.            | 6 – 10 Tahun  | 391       | 355       | 746            | 8,1           |
| 3.            | 11 – 17 Tahun | 507       | 433       | 940            | 10,2          |
| 4.            | 18 – 25 Tahun | 576       | 560       | 1136           | 12,3          |
| 5.            | 26 – 40 Tahun | 1309      | 1249      | 2558           | 27,7          |
| 6.            | 41 – 60 Tahun | 1176      | 1124      | 2300           | 24,9          |
| 7.            | > 60 Tahun    | 439       | 522       | 961            | 10,4          |
| <b>Jumlah</b> |               | 4719      | 4513      | 9232           | 100%          |

## 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel dibawah ini, bahwa hampir 50% penduduk di Desa Junrejo hanya memiliki pendidikan SD/ sederajat, bahkan sebagiannya tidak atau belum

sekolah dan tidak tamat SD/ sederajat. Keadaan ini sesuai dengan data pada responden, bahwa 50 % lebih dari responden memiliki tingkat pendidikan terakhir adalah SD.

Tabel. 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| No.           | Tingkat Pendidikan                                  | L(orang) | P(orang) | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
|---------------|---|----------|----------|----------------|----------------|
| 1.            | Tidak / Belum sekolah/<br>Tidak Tamat SD/ Sederajat | 1229     | 1246     | 2475           | 26,8           |
| 2.            | Tamat SD/Sederajat                                  | 1611     | 1673     | 3284           | 35,5           |
| 3.            | Tamat SLTP/Sederajat                                | 833      | 707      | 1540           | 16,7           |
| 4.            | Tamat SLTA/Sederajat                                | 804      | 649      | 1453           | 15,7           |
| 5.            | Tamat Diploma I/II/II/<br>akademi                   | 51       | 61       | 112            | 1,2            |
| 6.            | Tamat S-1/ S-2/ S-3                                 | 191      | 177      | 368            | 3,9            |
| <b>Jumlah</b> |   | 4719     | 4445     | 9232           | 100            |

#### 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi

Dari data yang telah diperoleh saat penelitian, ternyata kebanyakan penduduk belum bekerja. Kemudian sebagian besar lagi, penduduk memiliki pekerjaan sebagai petani/pekebun. Hal ini dikarenakan daerah Desa Junrejo yang berada di pegunungan dengan keadaan geografi dan topografi yang mendukung untuk berusaha tani. Penduduk yang sebagian besar adalah petani/pekebun ini juga akan memudahkan penelitian karena penelitian ini berhubungan mengenai penggunaan sarana produksi pertanian, yaitu insektisida. Untuk lebih jelasnya mengenai sebaran penduduk berdasarkan profesi dapat dilihat dalam tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi

| No.           | Pekerjaan                  | L(orang) | P(orang) | Jumlah (orang) | Presentase(%) |
|---------------|----------------------------|----------|----------|----------------|---------------|
| 1.            | Belum Bekerja              | 1575     | 1345     | 2920           | 31,6          |
| 2.            | Pelajar/Mahasiswa          | 680      | 615      | 1295           | 14,1          |
| 3.            | Mengurus Rumah Tangga      | 0        | 1454     | 1454           | 15,7          |
| 4.            | Pensiunan/ Purnawirawan    | 25       | 11       | 36             | 0,4           |
| 5.            | Pegawai Negeri Sipil       | 81       | 56       | 137            | 1,5           |
| 6.            | Kepolisian/POLRI           | 31       | 3        | 34             | 0,3           |
| 7.            | TNI AD/AL/AU               | 10       | 10       | 20             | 0,2           |
| 8.            | Perdagangan                | 163      | 151      | 314            | 3,4           |
| 9.            | Petani/Pekebun             | 791      | 419      | 1210           | 13,1          |
| 10.           | Peternak                   | 11       | 0        | 11             | 0,1           |
| 11.           | Industri                   | 92       | 0        | 92             | 0,9           |
| 12.           | Konstruksi/Arsitek/Mekanik | 47       | 0        | 47             | 0,5           |
| 13.           | Transportasi/Sopir         | 90       | 0        | 90             | 0,9           |
| 14.           | Swasta                     | 478      | 204      | 682            | 7,4           |
| 15.           | Wiraswasta                 | 160      | 55       | 215            | 2,3           |
| 16.           | Buruh                      | 419      | 136      | 555            | 6,1           |
| 17.           | Tenaga Medis/ Bidan        | 2        | 3        | 5              | 0,05          |
| 18.           | Dokter                     | 4        | 1        | 5              | 0,05          |
| 19.           | Dosen                      | 5        | 5        | 10             | 0,1           |
| 20.           | Guru                       | 10       | 35       | 45             | 0,5           |
| 21.           | Tukang                     | 33       | 2        | 35             | 0,3           |
| 22.           | Karyawan Honorar           | 12       | 8        | 20             | 0,2           |
| <b>Jumlah</b> |                            | 4719     | 4513     | 9232           | 100           |

#### 6. Keadaan Sosial Ekonomi Budaya Masyarakat Desa Junrejo

Sebagian besar masyarakat Desa Junrejo mempunyai mata pencaharian sebagai petani dan sebagian lain adalah swasta, buruh, dan pegawai negeri sipil. Hal ini berhubungan dengan luas wilayah di Desa Junrejo, bahwa dari 433.157 km<sup>2</sup>, 221 Ha merupakan sawah pengairan teknis (irigasi). Berbagai hasil produksi pasca panen juga berkembang dengan baik, hal ini terlihat dengan adanya home industry sedang dan kecil. Kategori home industry sedang antara lain kerajinan souvenir, peralatan rumah tangga, pembuatan gamelan. Sedangkan kategori home industry kecil berupa anyam-anyaman tas dari plastik, makanan ringan dari ubi dan pembuatan peralatan pertanian.

Dari keanekaragaman mata pencaharian masyarakat Desa Junrejo dapat ditarik kesimpulan bahwa kehidupan warga Junrejo sangat heterogen. Keanekaragaman itulah yang membuat kehidupan warga Junrejo menjadi rukun dan dapat menumbuhkan rasa solidaritas antar warga dengan rasa saling menghargai tanpa melihat ras, suku, agama, dan golongan Budaya masyarakat Desa Junrejo hingga saat ini belum terkontaminasi dengan adanya budaya barat, sangat patut untuk dipertahankan dan dikembangkan sesuai dengan dasar religi serta mayoritas islam yang hingga saat ini dipertahankan.

## 5.2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, terdapat 64 responden dengan karakteristik berbeda-beda. Responden dalam penelitian ini merupakan petani sebagai konsumen dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik, artinya bahwa responden adalah petani yang pernah membeli dan menggunakan produk tersebut. Responden adalah penduduk yang tinggal di wilayah Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Data yang ingin diidentifikasi mengenai karakteristik responden, meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, luas lahan, tingkat pemakaian insektisida Sidamethrin 50 EC, informasi pengetahuan produk insektisida Sidamethrin 50 EC, dan kesetiaan konsumen (petani) dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC.

### 5.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pada petani sebagai konsumen produk insektisida Sidamethrin 50 EC bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran dari laki-laki dan perempuan dalam melakukan pembelian sarana produksi untuk kebutuhan usaha taninya.

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No           | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|----------------|
| 1            | Laki-laki     | 64             | 100            |
| <b>Total</b> |               | <b>64</b>      | <b>100</b>     |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa dari 64 responden, keseluruhannya adalah laki-laki. Tidak ditemukan perempuan dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC. Hal ini disebabkan bahwa dalam pengambilan keputusan mengenai sarana produksi yang akan digunakan untuk berusaha tani berada di tangan laki-laki. Yang dianggap lebih mampu dalam pengaplikasian di lahan. Selain itu dapat dilihat dalam tabel keadaan daerah penelitian mengenai jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin yang sebagian besar penduduk Desa Junrejo didominasi oleh laki-laki.

### 5.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Responden yang diteliti dalam penelitian ini tentunya memiliki tingkat usia yang berbeda-beda. Perbedaan tingkat usia tersebut kemudian dikelompokkan untuk mengetahui kelompok usia berapa yang paling banyak dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik.

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

| No    | Pengelompokan Usia | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|-------|--------------------|----------------|----------------|
| 1     | < 32 tahun         | 6              | 9,37           |
| 2     | 33-37 tahun        | 7              | 10,93          |
| 3     | 38-42 tahun        | 13             | 20,31          |
| 4     | 43-47 tahun        | 15             | 23,43          |
| 5     | 48-52 tahun        | 8              | 12,5           |
| 6     | 53-57 tahun        | 10             | 15,62          |
| 7     | >58 tahun          | 5              | 7,81           |
| Total |                    | 64             | 100            |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC didominasi oleh responden dengan usia antara 38-42 tahun. Tingkat usia ini merupakan tingkat usia terbanyak karena pada tingkat usia tersebut adalah usia produktif dimana seseorang tersebut dapat bekerja secara optimal, sehingga lebih bijaksana dalam melakukan keputusan mengenai pembelian sarana produksi, khususnya insektisida, sedangkan tingkat usia lebih dari 50 tahun yang tergolong usia lansia memiliki jumlah terkecil karena pada tingkat usia tersebut biasanya orang memilih untuk tidak bekerja karena keterbatasan fisiknya.

### 5.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pengelompokkan responden berdasarkan tingkat pendidikan ini bertujuan untuk mengetahui sebesar apa pengaruh dari tingkat pendidikan tersebut dalam melakukan pembelian sarana produksi. Tingkat pendidikan responden dibedakan berdasarkan pendidikan terakhir yang telah ditempuh konsumen.

Tabel 9. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

| No           | Tingkat Pendidikan | Jumlah (Orang) | Presentae (%) |
|--------------|--------------------|----------------|---------------|
| 1            | SD                 | 33             | 51.56         |
| 2            | SMP                | 17             | 26.56         |
| 3            | SMA                | 13             | 20.31         |
| 4            | Diploma            | 0              | 0.00          |
| 5            | S1                 | 1              | 1.56          |
| <b>Total</b> |                    | 64             | 100           |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Dalam pengambilan data, diperoleh informasi tingkat pendidikan konsumen yang telah menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik mayoritas adalah konsumen dengan tingkat pendidikan yang rendah. Pada Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa hampir setengah lebih dari responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SD. Tingkat pendidikan terakhir Diploma mendapatkan jumlah terkecil yaitu 0 orang, sedangkan tingkat pendidikan terakhir S1 hanya mendapatkan 1 orang saja. Hal ini berhubungan dengan data keadaan penelitian mengenai distribusi jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Dari data tersebut disimpulkan bahwa 60% penduduk memiliki tingkat pendidikan tidak / belum sekolah, tidak tamat SD, dan tamat SD.

### 5.2.4. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, bahwa setiap responden memiliki luas lahan yang berbeda-beda. Pengelompokan responden berdasarkan kepemilikan luas lahan ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli dan menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC. Luas lahan yang dimiliki petani sebagai konsumen

kemungkinan dapat mempengaruhi petani dalam seberapa banyak dan seberapa sering petani dalam menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC.

Tabel 10. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

| No    | Luas Lahan (Ha) | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|-------|-----------------|----------------|----------------|
| 1     | ≤ 0,5           | 29             | 45.31          |
| 2     | 0,5 – 1         | 26             | 40.63          |
| 3     | ≥ 1             | 7              | 14.06          |
| Total |                 | 64             |                |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

### 5.2.5. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Pengelompokan responden berdasarkan tingkat penghasilan ini bertujuan untuk mengetahui apakah hal ini menjadi salah satu pengaruh dalam memutuskan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik.

Tabel 11. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

| No    | Tingkat Penghasilan (Rp) | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|-------|--------------------------|----------------|----------------|
| 1     | < 500.000                | 26             | 40,63          |
| 2     | > 500.000 – 1.000.000    | 23             | 35,94          |
| 3     | > 1.000.000 – 2.000.000  | 9              | 14,06          |
| 4     | > 2.000.000 – 3.000.000  | 4              | 6,25           |
| 5     | > 3.000.000              | 2              | 3,13           |
| Total |                          | 64             | 100            |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa 40% responden memiliki penghasilan dibawah Rp. 500.000,- dan sebagian lagi tidak lebih dari Rp. 1.000.000. Tingkat penghasilan petani sebagai konsumen insektisida Sidamethrin 50 EC masih tergolong sangat rendah. Hal ini dapat berpengaruh terhadap pembelian insektisida karena diasumsikan jika seseorang memiliki tingkat penghasilan yang rendah, maka daya beli terhadap produk juga akan rendah.

### 5.2.6. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Per Tahun

Dari data yang diperoleh pada saat penelitian bahwa seluruh responden pernah menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik,

kemudian yang harus diketahui juga adalah seberapa sering responden tersebut telah menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk ini.

Tabel 12. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

| No           | Tingkat Penggunaan | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|--------------|--------------------|----------------|----------------|
| 1            | 1 kali             | 7              | 10.94          |
| 2            | 2 kali             | 20             | 31.25          |
| 3            | > 2 kali           | 37             | 57.81          |
| <b>Total</b> |                    | 64             | 100            |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan Tabel 12 dapat disimpulkan bahwa hampir 58% responden telah menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC sebanyak lebih dari 2 kali per tahun. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden cukup mengenal dan sering menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik untuk usaha taninya, sehingga responden akan lebih mudah dalam menjelaskan pengalamannya dalam menggunakan produk ini.

#### 5.2.8. Responden Berdasarkan Sumber Informasi Pembelian Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC

Sumber informasi pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana media-media promosi dapat bekerja dan mempengaruhi konsumen tersebut.

Tabel 13. Responden Berdasarkan Informasi

| No           | Sumber Informasi       | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|--------------|------------------------|----------------|----------------|
| 1            | Inisiatif sendiri      | 19             | 29.69          |
| 2            | Keluarga               | 5              | 7.81           |
| 3            | Teman/Kenalan          | 14             | 21.88          |
| 4            | Penjual/Tempat membeli | 26             | 40.63          |
| 5            | Iklan                  | 0              | 0,00           |
| <b>Total</b> |                        | 64             | 100            |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Dilihat pada Tabel 13 bahwa penjual/tempat membeli memiliki kontribusi paling tinggi kepada responden dalam memberikan informasi mengenai insektisida Sidamethrin 50 EC, sedangkan iklan sejauh ini tidak memberikan kontribusi sama

sekali sehingga dianggap tidak memiliki pengaruh dan dampak dalam penjualan Sidamethrin 50 EC. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pihak PT Petrosida Gresik melalui media periklanan di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dirasa sangat kurang. Meskipun pihak penjual (kios, distributor, koperasi, dan lainnya) sudah merekomendasikan produk insektisida ini, seharusnya pihak perusahaan juga harus gencar dalam melakukan promosi. Namun sebenarnya selain penjual/tempat membeli yang paling berpengaruh, responden sudah memiliki kesadaran sendiri untuk menggunakan insektisida ini karena kebutuhan dalam berusaha tani.

### 5.2.9. Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen (petani) Dalam Membeli Insektisida Sidamethrin 50 EC

Kesetiaan konsumen (petani) dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC diukur dengan menilai bagaimana respon dari responden apabila produk insektisida Sidamethrin 50 EC ini tidak terdapat di penjual yang biasanya mereka datangi. Penjual tersebut dapat berupa kios pertanian, distributor, koperasi, dan lainnya.

Tabel 14. Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen

| No    | Tingkat Kesetiaan                                    | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|-------|--|----------------|----------------|
| 1     | Membeli insektisida jenis lain di tempat yang sama   | 23             | 35.94          |
| 2     | Mencari insektisida Sidamethrin 50 EC di tempat lain | 39             | 60.94          |
| 3     | Tidak jadi membeli/menunda pembelian insektisida     | 2              | 3.13           |
| Total |  | 64             | 100            |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan Tabel 14 dapat disimpulkan bahwa 60% petani memilih untuk mencari insektisida Sidamethrin di tempat lain apabila di tempat biasanya mereka membeli tidak tersedia. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa konsumen sudah dianggap loyal terhadap insektisida ini karena kesetiaannya dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC.

### 5.3. Pengukuran Pengujian Instrumen

. Perolehan data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja selanjutnya diangkakan agar lebih mudah dianalisis. Data tersebut selanjutnya diuji validitasnya dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Angka korelasi yang didapat selanjutnya dibandingkan dengan angka pada tabel harga kritik dari *r Product Moment*.

Tabel 15. Nilai Uji Validitas Kuisiонер

| No | Atribut                         | Tingkat Kepentingan | Tingkat Kinerja | Keterangan |
|----|---------------------------------|---------------------|-----------------|------------|
| 1. | Manfaat                         | 0.455               | 0.662           | Valid      |
| 2. | Kemampuan membunuh hama         | 0.434               | 0.447           | Valid      |
| 3. | Variasi kemasan                 | 0.627               | 0.284           | Valid      |
| 4. | Warna Cairan                    | 0.611               | 0.466           | Valid      |
| 5. | Bau Cairan                      | 0.595               | 0.401           | Valid      |
| 6. | <i>Customer service</i>         | 0.678               | 0.349           | Valid      |
| 7. | Penggantian produk baru         | 0.359               | 0.258           | Valid      |
| 8. | Ketersediaan produk             | 0.542               | 0.441           | Valid      |
| 9. | Bentuk kemasan                  | 0.466               | 0.578           | Valid      |
| 10 | Warna Kemasan                   | 0.414               | 0.553           | Valid      |
| 11 | Informasi kandungan bahan aktif | 0.576               | 0.347           | Valid      |
| 12 | Petunjuk penggunaan             | 0.513               | 0.518           | Valid      |
| 13 | Ijin edar                       | 0.544               | 0.543           | Valid      |
| 14 | Harga                           | 0.504               | 0.407           | Valid      |
| 15 | Nama produsen                   | 0.703               | 0.567           | Valid      |
| 16 | Labelling                       | 0.748               | 0.504           | Valid      |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan untuk masing-masing butir pertanyaan pada tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja produk pada atribut didapat angka yang signifikan secara statistik karena lebih dari *r* tabel product Moment yaitu 0,244 untuk  $n = 64$  dibulatkan menjadi 65 dan  $\alpha = 0,05$  (95%). Semua pertanyaan juga memiliki nilai probabilitas  $< 0,05$  (95%) sehingga dapat dikatakan

bahwa kuisioner kepuasan konsumen ini dinyatakan valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 7 dan lampiran 8 .

Kemudian atribut yang telah diuji validitasnya, selanjutnya diuji reabilitasnya. Berdasarkan hasil perhitungan *reliability* analisis program SPSS, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha*. Penentuan ini didasarkan pada teori Arikunto, 1993 bahwa alat ukur berupa kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila digunakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama atau konsisten (dinyatakan reliabel karena  $> 0,6$ ).

Tabel 16. Nilai Uji Reabilitas Kuesioner

| Kuesioner           | Nilai $\alpha$ ( <i>alpha cronbach</i> ) | Keterangan |
|---------------------|--|------------|
| Tingkat Kepentingan | 0,801                                    | Reliabel   |
| Tingkat Kinerja     | 0,641                                    | Reliabel   |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Hasil tingkat kepentingan konsumen sebesar 0,801 dengan nilai kevalidan sebesar 98,5%, artinya bahwa semua pertanyaan pada kuisioner tingkat kepentingan konsumen dinyatakan reliabel. Hasil uji reabilitas untuk tingkat kinerja produk, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,641 dengan nilai kevalidan sebesar 98,5%, artinya bahwa semua butir pertanyaan pada kuisioner tingkat kepentingan konsumen.

#### 5.4. Pengukuran Atribut dengan Cochran Q-Test

Atribut yang ditetapkan dalam penelitian ini awalnya adalah 16 atribut yang terdiri dari manfaat, kemampuan membunuh hama, variasi ukuran kemasan, warna cairan, *customer service*, penggantian produk baru, ketersediaan produk, bentuk kemasan, warna kemasan, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan, ijin edar, harga, nama produsen, dan labeling. Berdasarkan data yang diperoleh saat penelitian, semua atribut dilakukan uji Cochran Q-Test, pada akhirnya hanya terdapat 11 atribut dari 16 atribut awal yang dipertimbangkan oleh responden yang berjumlah 64, dalam melakukan pembelian produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik. Berikut disajikan tabel analisis Cochran Q-test yang bertujuan

untuk menentukan atribut apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC.

Analisis pertama dilakukan pada 16 atribut, namun hasil uji Cochran Q-test yang didapat bahwa  $Q_{tabel} < Q_{hitung}$  jadi  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu salah satu atribut dengan skor terendah harus dihilangkan. Pada analisis kedua ini, atribut *Customer service* dihilangkan karena mendapatkan skor terendah. Namun hasil yang didapat masih sama  $Q_{tabel} < Q_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak. Selanjutnya atribut yang lainnya yang memiliki skor rendah harus dihilangkan lagi.

Analisis ketiga menunjukkan bahwa hasil uji Cochran Q test pada 14 atribut  $Q_{tabel} < Q_{hitung}$ .  $H_0$  masih ditolak, sehingga atribut dengan skor terendah setelah *customer service* dan penggantian produk baru harus dihilangkan. Pada analisis keempat ini, atribut yang diuji berjumlah 13 atribut. Meskipun sudah 3 atribut yang dihilangkan, hasil yang didapat masih sama yaitu  $Q_{tabel} < Q_{hitung}$ . Jadi masih ada lagi atribut yang dihilangkan.

Analisis selanjutnya hanya menggunakan 12 atribut, atribut bau cairan sudah dihilangkan dalam uji Cochran Q-test. Namun  $Q_{tabel} < Q_{hitung}$ , sehingga dari 12 atribut ini, harus dihilangkan lagi atribut dengan skor terendah untuk mendapatkan atribut yang benar-benar dipertimbangkan konsumen dalam membeli insektisida ini. Analisis keenam ini menguji 11 atribut dan hasil yang diperoleh adalah  $H_0$  diterima dengan  $Q_{tabel} > Q_{hitung}$ . Karena  $H_0$  diterima, maka sudah tidak perlu menghasilkan atribut lagi. Dapat disimpulkan bahwa 11 atribut ini-lah yang dipertimbangkan petani sebagai konsumen dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC. Atribut – atribut tersebut adalah manfaat, kemampuan membunuh hama, variasi kemasan, ketersediaan produk, bentuk kemasan, warna kemasan, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan, ijin edar, harga, dan labeling. Atribut- atribut yang lainnya sebanyak 5 atribut dianggap tidak mempengaruhi pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik, yaitu warna cairan, bau cairan, *Customer service*, pengantian produk, dan nama produsen.

Perhitungan tersebut dilakukan dengan cara membandingkan  $Q_{hitung}$  dan  $Q_{tabel}$ , dimana  $Q_{hitung}$  yang didapat setelah menghilangkan 5 atribut adalah sebesar

15,523 dengan  $df = 11-1(10)$  dan  $\alpha = 5\%$ . Taraf signifikan atau  $\alpha$  sebesar 5% berarti bahwa hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 95%. Jika dilihat dalam tabel harga kritik Chi Kuadrat, maka Q tabel untuk  $df = 10$  dan  $\alpha = 0,05$  (95%) adalah sebesar 18,307. Jadi dapat disimpulkan bahwa Q hitung (15,523) < dari Q tabel (18,307), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Setiap responden yang diteliti memiliki jawaban berbeda-beda terhadap atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC. Berdasarkan teori Engel et all. (1994) yang menggolongkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi 3, yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis. Faktor pengaruh lingkungan dapat dijadikan alasan atas perbedaan pertimbangan keputusan responden karena setiap responden memiliki lingkungan yang berbeda-beda. Meskipun pada dasarnya mereka tinggal dalam satu satuan kelompok yaitu di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, namun mereka memiliki sebuah keluarga yang berbeda-beda dan di situasi yang berbeda.

Faktor kedua adalah perbedaan individu yang didalamnya terdapat faktor sumberdaya, pengetahuan, sikap, motivasi, dan kepribadian. Perbedaan responden dalam mempertimbangkan atribut untuk membeli insektisida Sidamethrin 50 EC dapat juga dikarenakan perbedaan individu yang dimiliki. Setiap responden memiliki sumberdaya dan pengetahuan yang berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat dalam karakteristik responden tentang tingkat pendidikan dan luas lahan yang dimiliki.

Faktor ketiga adalah proses psikologis yang terdiri dari pemrosesan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap. Setiap responden bisa saja mempertimbangkan atribut karena proses belajar dari pengalaman sebelumnya mengenai insektisida dengan jenis yang sama namun berbeda merk. Oleh karena itu responden lebih teliti dan berhati-hati dalam mempertimbangkan atribut untuk pembelian insektisida Sidamethrin 50 EC ini.

### 5.5. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen

Tingkat kepentingan konsumen merupakan harapan yang diinginkan konsumen, dalam hal ini kaitannya dengan atribut pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik. Data mengenai tingkat kepentingan disajikan pada Tabel 5.15. Berdasarkan Tabel 5.12, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata dari 11 atribut yang dipertimbangan terdapat 7 atribut yang skor rata-ratanya diatas 4,08 yakni atribut manfaat dengan skor 4,33; kemampuan membunuh hama 4,09; ketersediaan produk 4,31; informasi kandungan bahan aktif 4,48; petunjuk penggunaan 4,55; ijin edar 4,23; dan atribut harga 4,30. Atribut yang mendapatkan skor lebih dari 4,08, berarti atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh responden dalam menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC. Sedangkan atribut-atribut yang lainnya mendapatkan skor kurang dari 4,08. Atribut yang mendapatkan skor kurang dari rata-rata 4,08 adalah variasi kemasan, bentuk kemasan, warna kemasan, dan labeling. Atribut ini dianggap kurang penting atau bahkan tidak penting oleh responden karena dianggap kurang memberikan kontribusi kepada responden dalam menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC.

Tabel 17. Tingkat Kepentingan Konsumen

| NO | ATRIBUT                         | KEPENTINGAN KONSUMEN |       |       |      |      | $\Sigma$ | RATA-RATA |
|----|---------------------------------|----------------------|-------|-------|------|------|----------|-----------|
|    |                                 | SP                   | P     | CP    | KP   | TP   |          |           |
| 1  | Manfaat                         | 5                    | 4     | 3     | 2    | 1    | 277      | 4.33      |
| 2  | Kemampuan membunuh hama         | 5                    | 4     | 3     | 2    | 1    | 262      | 4.09      |
| 3  | Variasi kemasan                 | 10                   | 23    | 19    | 10   | 2    | 221      | 3.45      |
| 4  | Ketersediaan produk             | 25                   | 35    | 3     | 1    | 0    | 276      | 4.31      |
| 5  | Bentuk kemasan                  | 15                   | 26    | 20    | 3    | 0    | 245      | 3.83      |
| 6  | Warna Kemasan                   | 19                   | 17    | 20    | 3    | 5    | 234      | 3.66      |
| 7  | Informasi kandungan bahan aktif | 42                   | 15    | 5     | 0    | 2    | 287      | 4.48      |
| 8  | Petunjuk penggunaan             | 43                   | 15    | 5     | 0    | 1    | 291      | 4.55      |
| 9  | Ijin edar                       | 30                   | 26    | 5     | 1    | 2    | 271      | 4.23      |
| 10 | Harga                           | 38                   | 15    | 6     | 2    | 3    | 275      | 4.30      |
| 11 | Labelling                       | 11                   | 27    | 19    | 5    | 2    | 232      | 3.63      |
|    | <b>Rata-Rata</b>                | 26.18                | 22.91 | 10.55 | 2.64 | 1.73 | 261      | 4.08      |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Keterangan tabel:

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

KP : Kurang Penting

TP : Tidak Penting

Penilaian dari keseluruhan atribut, skor tertinggi terdapat pada jawaban SP (Sangat Penting), yaitu dengan skor 288. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan atribut produk insektisida Sidamethrin 50 EC dirasa sangat penting keberadaannya oleh konsumen dan diharapkan memiliki kinerja yang baik juga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 5.

### 5.6. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC

Tingkat kinerja produk ini merupakan jawaban dari responden mengenai kenyataan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan produk Insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik. Analisis tingkat kinerja produk ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik ini bekerja dengan baik sesuai dengan kinerja masing-masing atribut.

Tabel 18. Analisis Kinerja Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC.

| NO | ATRIBUT                         | KINERJA PRODUK |       |       |      |      | $\Sigma$ | RATA-RATA |
|----|---------------------------------|----------------|-------|-------|------|------|----------|-----------|
|    |                                 | SB             | B     | CB    | KB   | TB   |          |           |
|    |                                 | 5              | 4     | 3     | 2    | 1    |          |           |
| 1  | Manfaat                         | 37             | 22    | 5     | 0    | 0    | 288      | 4.50      |
| 2  | Kemampuan membunuh hama         | 36             | 15    | 7     | 6    | 0    | 273      | 4.27      |
| 3  | Variasi kemasan                 | 4              | 17    | 13    | 17   | 13   | 210      | 3.28      |
| 4  | Ketersediaan produk             | 17             | 30    | 13    | 2    | 2    | 250      | 3.91      |
| 5  | Bentuk kemasan                  | 30             | 23    | 10    | 1    | 0    | 274      | 4.28      |
| 6  | Warna Kemasan                   | 14             | 33    | 15    | 1    | 1    | 250      | 3.91      |
| 7  | Informasi kandungan bahan aktif | 36             | 17    | 10    | 1    | 0    | 280      | 4.38      |
| 8  | Petunjuk penggunaan             | 39             | 20    | 5     | 0    | 0    | 290      | 4.53      |
| 9  | Ijin edar                       | 31             | 25    | 8     | 0    | 0    | 279      | 4.36      |
| 10 | Harga                           | 9              | 25    | 24    | 6    | 0    | 229      | 3.58      |
| 11 | Labelling                       | 13             | 24    | 23    | 4    | 0    | 238      | 3.72      |
|    | <b>Rata-Rata</b>                | 24.18          | 22.82 | 12.09 | 3.45 | 1.45 | 260.09   | 4.06      |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Keterangan tabel:

- SB : Sangat Baik
- B : Baik
- CB : Cukup Baik
- KB : Kurang Baik
- TB : Tidak Baik

Berdasarkan Tabel 18, dapat diketahui bahwa terdapat 11 atribut yang dipertimbangkan pada tingkat kinerja produk yang dinilai oleh 64 responden yang telah ditentukan yaitu di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Dari 11 atribut tersebut, terdapat 6 atribut yang mendapatkan skor rata-rata lebih dari 4,06. Artinya keenam atribut ini memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan atribut-atribut lainnya. Keenam atribut tersebut adalah atribut manfaat dengan skor rata-rata 4,50, kemampuan membunuh hama dengan skor rata-rata 4,27, bentuk kemasan dengan skor rata-rata 4,28, informasi kandungan bahan aktif dengan skor rata-rata 4,38, petunjuk penggunaan dengan skor rata-rata 4,55, dan izin edar dengan skor rata-rata 4,36. Atribut-atribut tersebut tentunya memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan atribut lain, yaitu atribut variasi kemasan, ketersediaan produk, warna kemasan, harga, dan labelling yang mendapatkan skor rata-rata kurang dari 4,06. Keenam atribut tersebut mendapatkan skor lebih dari 4 dikarenakan kinerja produk pada kenyataannya telah mencapai pada titik yang baik dan memuaskan.

Penilaian keseluruhan atribut, dapat dilihat pada tabel bahwa nilai total jawaban terbanyak, terdapat pada jawaban SB (Sangat Baik) dengan nilai total 266. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan atribut-atribut produk insektisida Sidaemthrin 50 EC dinilai SB (Sangat Baik) oleh responden, meskipun pada skor tingkat kinerja produk, terdapat beberapa yang mendapatkan skor rata-rata kurang baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 6.

### **5.7. Pengukuran Tingkat Kesenjangan (GAP) Menggunakan *Importance Performance Analysis***

Analisis tingkat kesenjangan konsumen ini diperoleh dari nilai kesenjangan atau nilai GAP antara skor rata-rata tingkat kinerja produk (X) dan skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen (Y). Selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat

kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen yang rendah menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sedangkan selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah.

Setelah analisis tingkat kesenjangan (GAP), kemudian tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan kepentingan dihitung dengan cara skor kinerja (X) dibagi dengan skor kepentingan (Y) dan dikali 100. Hal ini bertujuan untuk mengetahui berapa persen tingkat kesesuaian, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut. Berikut merupakan tabel penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada masing-masing atribut produk insektisida Sidamethrin 50 EC.

Tabel 19. Tabel Tingkat Kesenjangan

| N<br>o | Atribut                         | X rata-<br>rata | Y rata-<br>rata | GAP   | Tk. Kesesu-<br>aian (%) |
|--------|---------------------------------|-----------------|-----------------|-------|-------------------------|
| 1      | Manfaat                         | 4.50            | 4.33            | 0.17  | 103.97                  |
| 2      | Kemampuan membunuh hama         | 4.27            | 4.09            | 0.17  | 104.20                  |
| 3      | Variasi kemasan                 | 3.28            | 3.45            | -0.17 | 95.02                   |
| 4      | Ketersediaan produk             | 3.91            | 4.31            | -0.41 | 90.58                   |
| 5      | Bentuk kemasan                  | 4.28            | 3.83            | 0.45  | 111.84                  |
| 6      | Warna Kemasan                   | 3.91            | 3.66            | 0.25  | 106.84                  |
| 7      | Informasi kandungan bahan aktif | 4.38            | 4.48            | -0.11 | 97.56                   |
| 8      | Petunjuk penggunaan             | 4.53            | 4.55            | -0.02 | 99.66                   |
| 9      | Ijin edar                       | 4.36            | 4.23            | 0.13  | 102.95                  |
| 10     | Harga                           | 3.58            | 4.30            | -0.72 | 83.27                   |
| 11     | Labelling                       | 3.72            | 3.63            | 0.09  | 102.59                  |
|        | <b>Rata-rata</b>                | 4.06            | 4.08            | -0,01 | 99.93                   |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Tabel 19, dapat disimpulkan bahwa dari 11 atribut insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Berdasarkan teori Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut , kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Oleh karena itu, maka tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dengan demikian apabila dikaitkan dengan pelanggan, maka pelanggan dapat merasakan hal-hal sebagai berikut:

1. Kalau kinerjanya dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa;
2. Kalau kinerjanya sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas;
3. Kalau kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Bagi aparatur, pelayanan yang perlu mendapatkan perhatian adalah orang yang sangat puas akan mempunyai ikatan emosional dengan suatu produk, dan ini menyebabkan loyalitas pelanggan menjadi tinggi. (Daryanto&Ismanto, )

#### 1. Manfaat

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut manfaat adalah sebesar 103,97 % dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa sangat puas terhadap atribut manfaat. Hal ini didukung dengan beberapa pernyataan responden mengenai produk insektisida Sidamethrin 50 EC bahwa produk ini sangat ampuh dalam membasmi hama di lahan budidaya.

#### 2. Kemampuan membunuh hama

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut kemampuan membunuh hama adalah sebesar 104,20% dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap atribut kemampuan membunuh hama.

#### 3. Variasi ukuran kemasan

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut variasi ukuran kemasan adalah sebesar 95.02% dengan nilai kesenjangan negatif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen kurang puas terhadap atribut variasi ukuran kemasan karena nilai tingkat kesesuaiannya kurang dari 100%. Hal ini dikarenakan pada kenyataannya variasi ukuran kemasan yang disediakan oleh perusahaan yaitu PT Petrosida Gresik hanya 2 ukuran kemasan saja, yaitu 100ml dan 400ml sehingga konsumen merasa kurang bisa memilih ukuran kemasan yang bervariasi.

#### 4. Ketersediaan produk

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut ketersediaan produk adalah sebesar 90.58% dengan nilai kesenjangan negatif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap atribut ketersediaan produk. Kemungkinan hal ini dikarenakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik tidak dapat ditemui di setiap kios di daerah penelitian, yaitu di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dan juga kios di desa ini hanya ada 2 kios saja. Oleh karena itu petani sebagai konsumen kesulitan dalam mendapatkan insektisida yang diinginkan.

5. Bentuk kemasan

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut bentuk kemasan adalah sebesar 111.84% dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen sangat puas terhadap atribut bentuk kemasan. Bentuk kemasan produk insektisida Sidamethrin 50 EC ini memiliki kemasan berbentuk kaleng dari bahan seng yang sangat aman untuk wadah penyimpanan bahan kimia berbahaya karena dianggap lebih tahan bakar dan tidak mudah rusak. Hal ini yang menjadi pertimbangan konsumen merasa puas terhadap atribut bentuk kemasan insektisida Sidamethrin 50 EC.

6. Warna kemasan

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut warna kemasan adalah sebesar 106.84% dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa sangat puas terhadap atribut warna kemasan karena nilai tingkat kesesuaian lebih dari 100%. Produk insektisida Sidamethrin 50 EC memiliki warna kemasan berwarna oren cerah dengan kombinasi warna merah. Kemasan pada insektisida ini juga dilengkapi dengan gambar-gambar hama yang dapat dibasmi sehingga membuat konsumen merasa tertarik dan sangat puas terhadap atribut warna kemasan

7. Informasi kandungan bahan aktif

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut informasi kandungan bahan aktif adalah sebesar 97.56% dengan nilai kesenjangan negatif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas pada atribut informasi kandungan bahan aktif. Hal

ini kurang sesuai dengan kenyataan, karena sebenarnya PT Petrosida Gresik sudah mencantumkan kandungan bahan aktif pada label kemasan produk insektisida Sidamethrin 50 EC dengan benar dan jelas. Konsumen yang merasa kurang puas ini bisa dikarenakan konsumen kurang memperhatikan informasi-informasi yang terdapat dalam label kemasan. Konsumen lebih fokus pada hama apa saja yang dapat dibasmi oleh insektisida ini.

#### 8. Petunjuk penggunaan

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut petunjuk penggunaan adalah sebesar 99.66% dengan nilai kesenjangan negatif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap atribut petunjuk penggunaan. Jika dilihat secara langsung di label kemasan, PT Petrosida Gresik telah mencantumkan petunjuk penggunaan insektisida ini, bahkan dilengkapi gambar-gambar. Selain itu, petunjuk penggunaan juga dilengkapi tentang bagaimana melakukan pertolongan pertama apabila terjadi keracunan atau hal lainnya. Karena kemungkinan bahasa yang digunakan terlalu panjang dan format penulisan yang terlalu kecil, maka petani sebagai konsumen kurang merasa puas.

#### 9. Ijin edar

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut ijin edar adalah sebesar 102.95% dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa sangat puas terhadap ijin edar produk insektisida Sidamethrin 50 EC. Ijin edar pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC ini berupa nomor pendaftaran yang sudah dicantumkan pada label kemasan. Hal ini membuat konsumen merasa aman menggunakan insektisida ini karena sudah terdapat ijin edarnya.

#### 10. Harga

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut harga adalah sebesar 83.27% dengan nilai kesenjangan negatif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen kurang merasa puas terhadap atribut harga insektisida Sidamethrin 50 EC. Hal ini kurang sesuai karena sebenarnya perusahaan telah menetapkan harga yang dapat dikatakan murah, yaitu Rp.25.000,- untuk kemasan 400ml dan Rp.10.000 untuk kemasan 100ml. Harga ini berubah ketika barang diperjualbelikan di kios-kios pertanian

karena banyaknya saluran distribusi yang ada. Sehingga harga yang ditetapkan di kios pertanian dianggap kurang murah oleh petani.

#### 11. Labeling

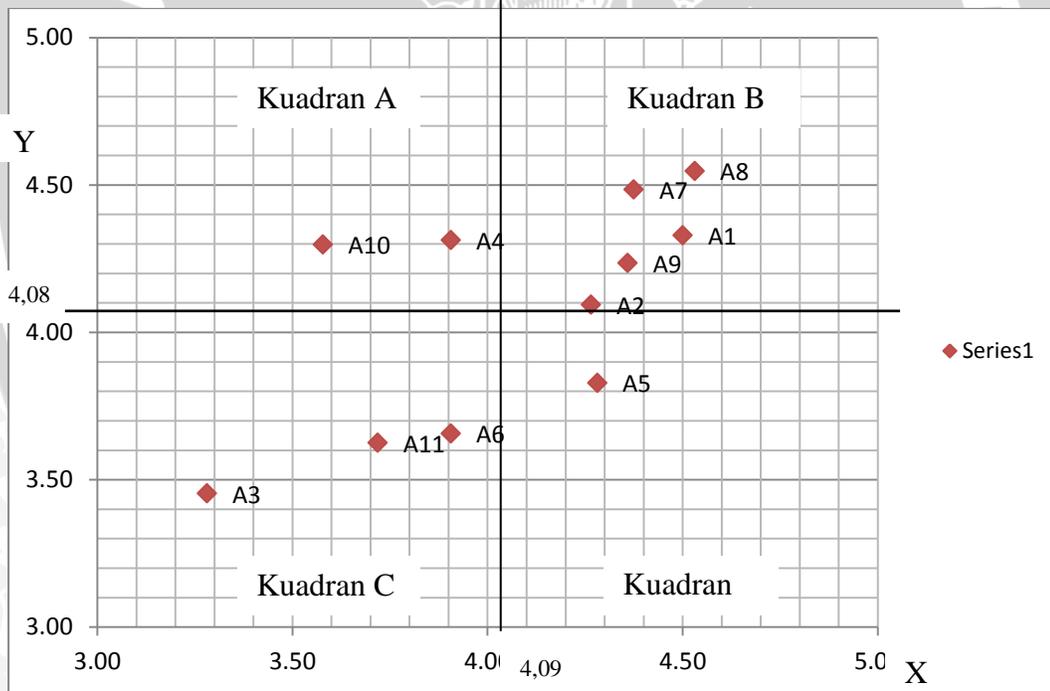
Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut labeling adalah sebesar 102.59% dengan nilai kesenjangan positif. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa sangat puas terhadap atribut labeling. Labeling dianggap sudah memuaskan karena label produk ini sudah sangat baik. Label kemasan sudah sesuai dan pas pada kemasan botol kalengnya.

Nilai kesenjangan (GAP) pada Tabel 5.17 menunjukkan bahwa rata-rata dari keseluruhan nilai GAP adalah -0,01, dapat dilihat bahwa terdapat 5 atribut dengan posisi dibawah nilai rata-rata kesenjangan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Atribut tersebut adalah A3 (ketersediaan produk), A4 (ketersediaan produk), A7 (informasi kandungan bahan aktif), A8 (petunjuk penggunaan), dan A10 (harga). Atribut-atribut ini memiliki nilai kesenjangan (GAP) dibawah nilai rata-rata sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap atribut ini tergolong rendah.

Untuk atribut-atribut yang mendapatkan nilai kesenjangan (GAP) diatas rata-rata, tentunya atribut-atribut tersebut dapat dikatakan mendapatkan nilai kepuasan konsumen yang tinggi. Atribut tersebut adalah manfaat, kemampuan membunuh hama, bentuk kemasan, warna kemasan, ijin edar, dan labeling. Semakin kecil nilai kesenjangan suatu atribut menandakan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut tersebut sudah cukup tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi ini didukung dengan banyaknya responden yang telah menggunakan produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik lebih dari 2 kali. Jika dilihat dalam bab karakteristik responden, terdapat 57,81% responden yang menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC ini lebih dari 2 kali per tahun, jadi dapat disimpulkan bahwa banyak responden melakukan pembelian ulang insektisida Sidamethrin 50 EC karena atribut-atribut dengan kinerja yang baik sehingga konsumen puas.

### 5.8. Hasil Pemetaan Prioritas Pembetulan Atribut menggunakan Diagram Kartesius

Diagram kartesius adalah suatu bangunan yang terdiri atas 4 bagian yang dibatasi oleh 2 garis yang berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y. Titik X merupakan rata-rata dari skor kinerja, sedangkan titik Y merupakan rata-rata skor tingkat kepentingan. Empat bagian tersebut adalah kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D. Atribut-atribut dalam penelitian menempati masing-masing kuadran dalam diagram kartesius. Hal ini bertujuan untuk mengetahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, kemudian dapat diketahui atribut mana yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan.



Gambar 7. Diagram Kartesius

Keterangan tabel:

|   |   |
|---|---|
| A1 : Atribut 1; Manfaat                 | A7 : Atribut 7; Informasi kandungan bahan aktif |
| A2 : Atribut 2; Kemampuan membunuh hama | A8 : Atribut 8; Petunjuk penggunaan             |
| A3 : Atribut 3; Variasi kemasan         | A9 : Atribut 9; Ijin edar                       |
| A4 : Atribut 4; Ketersediaan produk     | A10 : Atribut 10; Harga                         |
| A5 : Atribut 5; Bentuk kemasan          | A11 : Atribut 11; Labeling                      |
| A6 : Atribut 6; Warna kemasan           |   |

1. Kuadran A (Prioritas Utama). *High importance & low performance.*

Bagian wilayah ini memuat atribut-atribut Sidamethrin 50 EC yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya kinerja atribut-atribut ini belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen. Kinerja atribut-atribut produk yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan dalam perbaikan. Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja atribut dalam kuadran ini adalah dengan melakukan perbaikan secara terus menerus pada atribut yang memiliki tingkat kesesuaian rendah (<100%), sehingga kinerja atribut tersebut terus meningkat.

Atribut yang masuk dalam kuadran A yakni A4 (Ketersediaan produk) dan A10 (Harga). Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida Gresik. Atribut-atribut ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga manajemen wajib memastikan kinerja institusinya dapat mempertahankan prestasi yang telah dicapai. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada gambar 5.1, atribut ketersediaan produk dan harga memiliki nilai kesenjangan dibawah nilai rata-rata kesenjangan (GAP). Dengan kata lain konsumen merasa kurang puas atas atribut ketersediaan produk dan harga, sehingga atribut ketersediaan produk dan harga ini merupakan atribut yang benar-benar harus dipertimbangkan oleh perusahaan yaitu PT Petrosida Gresik untuk manajemen pemasaran yang akan datang, sehingga diharapkan kepuasan terhadap atribut ini dapat meningkat. Atribut harga dan ketersediaan produk sangat penting, karena konsumen akan merasa terbantu

ketika membutuhkan insektisida yang selalu tersedia setiap saat dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kinerjanya.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi). *High importance & high performance.*

Bagian ini memuat atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh responden dan atribut-atribut ini menurut responden sudah sesuai dengan yang diharapkan. Atribut yang berada di kuadran ini harus dipertahankan karena atribut-atribut ini menjadikan produk insektisida Sidamethrin 50 EC unggul di mata konsumen.

Atribut yang masuk dalam kuadran B yakni A1 (manfaat), A2 (kemampuan membunuh hama), A7 (informasi kandungan bahan aktif), A8 (petunjuk penggunaan), dan A9 (ijin edar). Atribut-atribut ini dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen bisa mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang lebih membutuhkan peningkatan penanganan. Namun, bukan berarti atribut-atribut dalam kuadran B tidak dipertahankan. Atribut-atribut ini hanya perlu dipertahankan kinerjanya tanpa perlu ditambah maupun dikurangi karena atribut ini dinilai dengan tingkat kinerja yang relatif tinggi.

Untuk kinerja manfaat dan kemampuan membunuh hama dapat dilihat dalam kemasan produk insektisida Sidamethrin 50 EC bahwa insektisida ini dapat membunuh 8 jenis hama pada tanaman yang berbeda dengan dosis 500 l/ha . Kinerja informasi kandungan bahan aktif dan petunjuk penggunaan juga sudah sangat jelas dicantumkan dalam setiap kemasan Sidamethrin 50 EC. Bahkan penanganan apabila terjadi keracunan juga sudah dicantumkan. Atribut ijin edar insektisida Sidamethrin 50 EC juga sudah dicantumkan dalam label kemasan paling depan berupa nomer pendaftaran pada lembaga terkait.

Berdasarkan penjelasan diatas, kinerja manfaat, kemampuan membunuh hama, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan dan ijin edar dari produk insektisida Sidamethrin 50 EC sudah dianggap memiliki kinerja yang

baik. Hal ini dapat dilihat secara nyata (*real*) di dalam atribut tersebut. Jadi kesimpulannya bahwa atribut dalam kuadran B telah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan yaitu PT Petrosida Gresik dan konsumen sudah merasa puas. Oleh karena itu PT Petrosida Gresik sebaiknya hanya perlu mempertahankan prestasi dan tidak perlu menambah maupun mengurangi kinerja dari atribut dalam kuaadran B yang dianggap sebagai atribut unggulan.

3. Kuadran C (Prioritas rendah). *Low importance & low performance*.

Bagian ini memuat atribut-atribut Sidamethrin 50 EC yang dianggap kurang penting oleh responden dan pada kenyataannya kinerja atribut ini juga tidak terlalu baik. Usaha peningkatan terhadap atribut ini perlu dipertimbangkan lagi karena atribut-atribut dalam kuadran ini memiliki pengaruh yang kecil terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen.

Atribut yang masuk dalam kuadran C adalah A3 (variasi ukuran kemasan), A6 (warna kemasan), dan A11 (labelling). Atribut – atribut ini dianggap mempunyai tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan faktor tersebut. A3 (variasi ukuran kemasan) mendapatkan nilai kesenjangan (GAP) dibawah nilai rata-rata kesenjangan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, oleh karena itu atribut variasi ukuran kemasan berada di prioritas rendah. Selain itu nilai kesenjangan atribut variasi ukuran kemasan memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja produk yang lebih rendah dibandingkan tingkat kepentingan konsumen. Tentu saja hal tersebut membuat atribut variasi ukuran kemasan ini dianggap kurang memuaskan konsumen. Hal ini disebabkan bahwa sebagian responden tidak terlalu memperdulikan mengenai ukuran kemasan produk, namun lebih menaruh perhatian pada atribut-atribut lain yang memiliki manfaat cukup besar terhadap usaha taninya seperti manfaat produk dan kemampuan membunuh hama. Namun untuk atribut A6 (warna kemasan) dan A11(labelling) memiliki nilai kesenjangan (GAP) diatas rata-rata. Selain itu atribut warna kemasan dan labeling memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja produk lebih tinggi dibandingkan tingkat

kepentingan, jadi meskipun tidak ada perbaikan dari perusahaan, atribut warna kemasan dan labeling sudah dianggap puas di mata responden.

4. Kuadran D (Berlebihan). *Low importance & high performance.*

Bagian ini memuat atribut-atribut yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan dirasa bahwa kinerjanya terlalu berlebihan. Atribut-atribut dalam kuadran ini dapat digunakan untuk menutupi kekurangan atribut yang memiliki kinerja yang rendah. Atribut yang masuk dalam kuadran D yakni A5 (bentuk kemasan) dengan nilai pada tingkat kinerja produk sangat memuaskan, dimana hampir sebagian responden menyatakan bahwa bentuk kemasan produk dinilai sangat baik karena menggunakan kaleng besi yang aman untuk penyimpanan bahan kimia. Nilai kesenjangan (GAP) untuk atribut bentuk kemasan juga dapat dikatakan sudah memuaskan karena nilai rata-rata tingkat kinerja produk lebih dari tingkat kepentingan konsumen. Oleh karena itu, manajemen tidak perlu mengalokasikan sumber daya yang berlebih lagi terhadap atribut ini karena akan menyebabkan pemborosan.

### 5.9. Pengukuran Kepuasan Menggunakan *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*

Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* atau Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) dilakukan setelah analisis *Importance Performance Analisis (IPA)* dilakukan. Jika analisis IPA dilakukan dengan tujuan mengetahui tingkat kesenjangan antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen per atribut penelitian, maka analisis CSI ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada produk insektisida Sidamethrin 50 EC secara keseluruhan. Berikut ini disajikan tabel perhitungan analisis CSI.

Kolom *Mean Satisfaction Score* didapatkan dari skor rata-rata tingkat kinerja seperti pada Tabel 5.21. Kolom *Mean Importance Score* didapat dari skor rata-rata tingkat kepentingan seperti pada Tabel 5.22. Kolom *Weighted Factors* didapatkan dari skor *Mean Importancen Score* atribut dibagi dengan skor total *Mean Importance*

Score dikali 100. *Weighted Score* didapatkan dari skor *Mean Satisfaction Score* atribut dibagi dengan *Weighted Factor* atribut dikali.

Tabel 20. *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*

| No. | Mean Satisfaction Score | Mean Importance Score | Weighted Factors | Weighted Score |
|-----|-------------------------|-----------------------|------------------|----------------|
| 1.  | 4.50                    | 4.33                  | 9.65             | 43.42          |
| 2.  | 4.27                    | 4.09                  | 9.13             | 38.93          |
| 3.  | 3.28                    | 3.45                  | 7.70             | 25.26          |
| 4.  | 3.91                    | 4.31                  | 9.61             | 37.55          |
| 5.  | 4.28                    | 3.83                  | 8.53             | 36.53          |
| 6.  | 3.91                    | 3.66                  | 8.15             | 31.84          |
| 7.  | 4.38                    | 4.48                  | 10.00            | 43.73          |
| 8.  | 4.53                    | 4.55                  | 10.14            | 45.93          |
| 9.  | 4.36                    | 4.23                  | 9.44             | 41.15          |
| 10. | 3.58                    | 4.30                  | 9.58             | 34.27          |
| 11. | 3.72                    | 3.63                  | 8.08             | 30.05          |
| ∑   | 44.70                   | 44.86                 | 100.00           | 408.66         |
|     | 4.06                    | 4.08                  |                  | 81.73          |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014.

Berdasarkan Tabel 20, dapat disimpulkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang didapat adalah 81,73. Nilai ini didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSI}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{408,66}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 81,73$$

Jika dimasukkan dalam kriteria CSI menurut PT Petrosida Gresik, 2013 yang telah dijelaskan dalam metode penelitian maka dapat disimpulkan bahwa nilai CSI yang didapat yaitu 81,73 masuk dalam kriteria puas. Konsumen dianggap sudah merasa puas terhadap produk insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida

Gresik. Hal ini dapat menjadi referensi untuk perusahaan PT Petrosida Gresik bahwa secara keseluruhan konsumen sudah dianggap puas terhadap insektisida Sidamethrin 50 EC, oleh karena itu sebaiknya perusahaan memberikan kontribusi lebih terhadap strategi-strategi pemasaran yang lebih mengutamakan konsumen.

Menurut Tjiptono (1997) untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal. Pertama, mengidentifikasi siapa pelanggannya. Kedua, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. Ketiga, memahami strategi kualitas layanan pelanggan, dan keempat memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan. Sementara itu, kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, fan harapan pelanggan terpenuhi. Berkenaan dengan kualitas, ada 3 level harapan pelanggan mengenai kualitas

1. Level pertama : harapan pelanggan yang paling sederhana dan berbentuk asumsi
2. Level kedua : harapan yang lebih tinggi daripada level 1, dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan dan atau spesifikasi.
3. Level ketiga : harapan yang lebih tinggi lagi disbanding level 1 dan 2 dan menuntut suatu kesenangan (*delightfulness*) atau jasa yang begitu bagusnya sehingga membuat konsumen tertarik.

Berdasarkan teori diatas, maka PT Petrosida Gresik sebaiknya tidak merasa puas atas pencapaian kepuasan konsumen insektisida Sidamethrin 50 EC berdasarkan analisis CSI. PT Petrosida Gresik sebaiknya merancang strategi-strategi terbaru untuk kepuasan konsumen pada level yang lebih tinggi, selain itu untuk mempertahankan kepuasan pelanggan pada teori diatas juga harus lebih diperhatikan oleh PT Petrosida Gresik.

Pelanggan dari insektisida Sidamethrin 50 EC adalah petani. Pemahaman mengenai tingkat kinerja juga sudah dilakukan dengan cukup baik berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) bahwa sebagian besar nilai kinerja atribut produk insektisida Sidamethrin 50 EC sudah berada diatas nilai kepentingan. Kualitas layanan pelanggan PT Petrosida Gresik dinilai kurang

memberikan kontribusi kepada konsumen, padahal layanan pelanggan sudah tertera dalam atribut produk. Siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan dirasa kurang diperhatikan oleh PT Petrosida Gresik, meskipun pada kenyataannya survey kepuasan telah dilakukan setiap tahunnya oleh perusahaan, namun umpan baliknya belum diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu sebaiknya PT Petrosida Gresik lebih mempertahankan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan teori diatas dan hasil dari analisis penelitian ini.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



## BAB VI PENUTUP

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan uraian pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli insektisida Sidamethrin 50 EC sebanyak 11 atribut, yaitu manfaat, kemampuan membunuh hama, variasi ukuran kemasan, ketersediaan produk, bentuk kemasan, warna kemasan, informasi kandungan bahan aktif, petunjuk penggunaan, ijin edar, harga, dan labeling
2. Berdasarkan analisis *Importance Performance Analisis* (IPA), didapat tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja produk insektisida Sidamethrin 50 EC dan tingkat kepentingan konsumen. Terdapat 5 atribut yang mendapat kriteria sangat puas oleh konsumen karena nilai kinerja lebih dari nilai kepentingan yaitu manfaat, kemampuan membunuh hama, petunjuk penggunaan, ijin edar, dan labeling. Sedangkan 6 atribut lainnya mendapatkan kriteria kurang puas oleh konsumen karena nilai kinerja lebih rendah dari nilai kepentingan yaitu variasi kemasan, ketersediaan produk, warna kemasan, petunjuk penggunaan, dan harga.
3. Untuk analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas karena nilai CSI yang didapat dalam penelitian ini adalah sebesar 81,73 sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja atribut pada insektisida Sidamethrin 50 EC sudah baik.

### 6.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah didapat dari hasil penelitian ini, adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kinerja insektisida Sidamethrin 50 EC, atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya oleh perusahaan adalah variasi kemasan, ketersediaan produk, warna kemasan, petunjuk

penggunaan, dan harga. Sehingga petani sebagai konsumen dapat lebih memberikan loyalitasnya kepada perusahaan.

2. Atribut manfaat, kemampuan membunuh hama, petunjuk penggunaan, ijin edar, dan labeling adalah atribut-atribut yang perlu dipertahankan kinerja oleh PT Petrosida Gresik. Meskipun petani sebagai konsumen sudah puas terhadap kinerja atribut-atribut tersebut, namun sebaiknya PT Petrosida Gresik tetap memberikan kontribusi yang cukup terhadap atribut ini agar petani sebagai konsumen tetap merasa puas.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



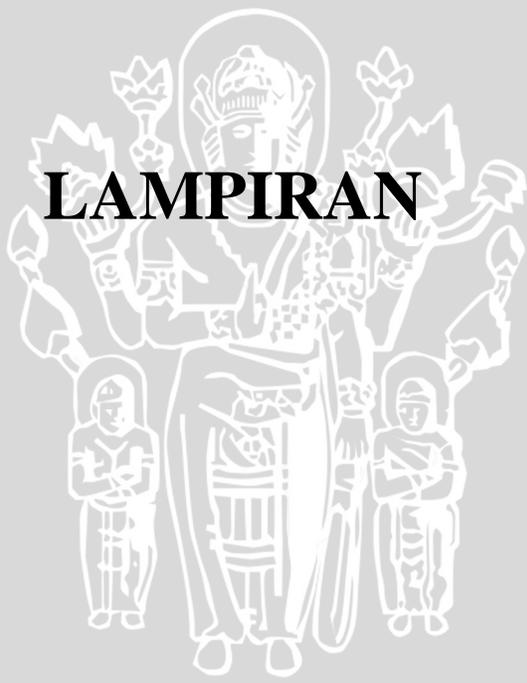
## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 1993, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Kesembilan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Asnawi, N & Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Maliki Press. Malang.
- Buchari, Alma. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Edisi kedua)*. Bandung : Alfabeta.
- Budi, Purbayu., & Ashari. 2005. *Analisis statistika dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Cravens, David. W. 1996. *Pemasaran Strategis. Edisi IV. Jilid I dalam Lina Salim*. Erlangga. Jakarta.
- Djojosumarto, P. 2008. *Pestisida Dan Aplikasinya*. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Dinas Pertanian, 2012. Wapres ingin produktifitas meningkat. [http://www.deptan.go.id/wap/berita\\_detailtampil.php?no\\_berita=933](http://www.deptan.go.id/wap/berita_detailtampil.php?no_berita=933). Diakses tanggal 20 November 2013.
- Engel, J.F., D.B. Roger, dan W.M. Paul.1994. *Perilaku Konsumen. Edisi keenam. Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.*
- Fitrida, Melani. 2009. *Analisis Tingkat Kepuasan dan Persepsi Konsumen Terhadap Produk The cup Tong Tji*. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Garvin, David. A.1988. *Managing Quality. The Free Press. New York.*
- Hidayat, Syarif, 2008. *Penilaian Konsumen Terhadap Beberapa Atribut Dua Jenis Rokok Sampoerna*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* Vol. 8. No 2. UPN Veteran, Jawa Timur.
- Keegan, D. 1986. *The Foundations of distance eduaction*. Croom Helm, London.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan, implementasi dan kontrol; terjemahan Jilid 1, Edisi ke sembilan, PT Prenhallindo, Jakarta.*
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, edisi millennium, jilid 1. PT. Prenhalindo, Jakarta.*
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 1. Indeks. Jakarta*

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi 12. P.T. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lestari, Wiji. 2008. *Analisis Kepuasan Petani Jagung Dalam Menggunakan Benih Jagung Hibrida NK 22 PT Syngenta*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Natalia, Kristin. 2007. *Analisis posisi persaingan produk insektisida Curacron berdasarkan persepsi petani (studi kasus di Desa Torongrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Maholtra, Nareshk. 1996. *Marketing Research and Applied Oriented*. Prentice Hall. Upper Saddle River. New Jersey.
- Maulidayanti. 2012. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Bakpao Telo (Studi pada Sentra Pengembangan Agribisnis Terpadu "SPAT" Republik Telo Pasuruan)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Martilla, dan James, J.C., 1977, *Importance-Performance Analysis*. Journal of Marketing.
- Octavianingrum, Rizky Mahardika. 2008. *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Atribut Pelayanan di Pusat Jajanan Bakpao Waluh (Cucurbita moschata) Singosari, Malang*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Oktaviani R.W. dan Suryana R.N , 2006. *Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro*. Jurnal Agro Ekonomi. 24, (1). Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, IPB.
- Peter dan Olson. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). Consumer Behaviour. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 1973. *Tentang Pengawasan Atas Peredaran, Penyimpanan dan Penggunaan Pestisida*. PP No. 7 tahun 1973.
- PT Petrosida Gresik. 2013. *Katalog Produk*. www. petrosida-gresik.com. Diakses tanggal 19 November 2013.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Schiffman, L G dan L.L Kanuk. 2004. *Costumer Behavior*. Eight Edition. Prentice Hall Internasional Inc, Upper Saddle River. New Jersey.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 1. Salemba Empat. Jakarta.

- Simamora, Bilson. 2002. Aura merek. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. Panduan riset perilaku konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekartawi. 2005. Pengantar Agroindustri. PT Grafindo jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor.
- Supranto. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Sutojo, Siswanto. 2001. Menyusun Strategi Harga. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Swastha, Basu DH, 1990. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F & Diana, A. 2003. Total Quality Management. Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2002. Manajemen Jasa, Edisi II. Cetakan ketiga, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2001. Strategi pemasaran. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 1997. Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wudianto R., 2010. Petunjuk Penggunaan Pestisida. Penebar Swadaya, Jakarta

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**LAMPIRAN**



### Lampiran 1. Daftar Produk Pestisida PT Petrosida Gresik

| No | Pestisida    | Bahan Aktif                              | Cara Kerja      | Formulasi |
|----|--------------|--|-----------------|-----------|
| 1  | H. Damin     | 2,4D-DMA 875g/l                          | Sistemik        | SL        |
| 2  | H. Sidamin   | 2,4D-DMA 865g/l                          | Sistemik        | SL        |
| 3  | H. Minda     | 2,4D-DMA 720g/l                          | Sistemik        | SL        |
| 4  | H. Sidaxone  | Parakuat diklorida 276 `g/l              | Kontak          | SL        |
| 5  | H. See Top   | IPA Glifosat 525 g/l                     | Sistemik        | SL        |
| 6  | H. Amara     | IPA Glifosat 490g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 7  | H. Brown Up  | IPA Glifosat 490g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 8  | H. Meto      | IPA Glifosat 490g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 9  | H. Nio       | IPA Glifosat 490g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 10 | H. Sida Up   | IPA Glifosat 490g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 11 | H. Sidafos   | IPA Glifosat 480g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 12 | H. Bush Up   | IPA Glifosat 440g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 13 | H. Pangkas   | IPA Glifosat 400g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 14 | H. Away      | IPA Glifosat 250g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 15 | H. Laris     | IPA Glifosat 250g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 16 | H. Galak     | IPA Glifosat 250g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 17 | H. Safa      | IPA Glifosat 250g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 18 | H. Sidalaris | IPA Glifosat 240g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 19 | H. Zig Zag   | IPA Glifosat 166g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 20 | H. Dior      | IPA Glifosat 166g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 21 | H. Sidatop   | IPA Glifosat 166g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 22 | H. Voting    | IPA Glifosat 166g/l                      | Sistemik        | SL        |
| 23 | H. Medally   | Metil Metsulfuron 20%                    | Sistemik        | WG        |
| 24 | H. Zeram     | Oxyflourfen 250g/l                       | Kontak          | EC        |
| 25 | H. Amegrass  | Ametrin 500g/l                           | Sistemik PraPur | SC        |
| 26 | H. Sidaron   | Diuron 80%                               | Sistemik        | WP        |
| 27 | H. Sidaron   | Diuron 500g/l                            | Sistemik PraPur | SC        |
| 28 | H. Bulma     | IPA Glifosat 400g/l +<br>2,4D-DMA 150g/l | Sistemik        | SL        |
| 29 | H. Sidastar  | IPA Glifosat 300g/l +<br>2,4D-DMA 100g/l | Sistemik        | SL        |
| 30 | H. Lutop     | IPA Glifosat 250g/l +<br>2,4D-DMA 125g/l | Sistemik        | SL        |
| 31 | H. Obin      | IPA Glifosat 310g/l +<br>2,4D-DMA 115g/l | Sistemik        | SL        |
| 32 | H. Amegrass  | Ametrin 80% 80WP                         | Sistemik PraPur | WP        |
| 33 | H. Starjos   | Fenoksaprop-p-etil 125g/l                | Sistem&Kont     | EW        |
| 34 | H. Jotos     | Triklopin                                | Sistemik        | EC        |

## Lampiran 1..... (Lanjutan)

| No | Pestisida          | Bahan Aktif                                       | Cara Kerja   | Formulasi |
|----|--------------------|---|--|-----------|
| 35 | H. Thiosida        | Thiobenkarb 4% +<br>2,4D- IBE 2%                  | Sistemik   | GR        |
| 36 | H. Bransida        | IPA Glifosat 360g/l +<br>Metil Metsulfuron<br>10% | Sistemik   | SL        |
| 37 | H. Glymetz         | IPA Glifosat 240g/l +<br>Metil Metsulfuron<br>10% | Sistemik   | SL        |
| 38 | In. Bona           | BPMC 500g/l                                       | Racun Kontak   | EC        |
| 39 | In. Naga           | BPMC 500g/l                                       | Racun Kontak   | EC        |
| 40 | In. Sidabas        | BPMC 500g/l                                       | Racun Kontak   | EC        |
| 41 | In. Burproside     | Buprofezin 100g/l                                 | Racun Kontak & Lambung   | EC        |
| 42 | In. Venop          | MIPC 60%  | Racun Kontak & Lambung   | WP        |
| 43 | In. Sidacin        | MIPC 50%  | Racun Kontak & Lambung   | WP        |
| 44 | In. Jose           | Sipermetrin 200g/l                                | Racun Kontak & racun<br>perut yang mengganggu<br>kerja sistem syaraf | EC        |
| 45 | In. Done           | Sipermetrin 200g/l                                | Racun Kontak & racun<br>perut yang mengganggu<br>kerja sistem syaraf | EC        |
| 46 | In. Genius         | Sipermetrin 100g/l                                | Racun Kontak & Lambung   | EC        |
| 47 | In. Kokan          | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 48 | In. Luzon          | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 49 | In. Smack          | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 50 | In. Domino         | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 51 | In. Copa           | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 52 | In. Sistrin        | Sipermetrin 75g/l                                 | Kontak&Lambung   | EC        |
| 53 | In. Corsida        | Sipermetrin 50g/l                                 | Kontak&Lambung   | EC        |
| 54 | In.<br>Sidamethrin | Sipermetrin 50g/l                                 | Kontak&Lambung   | EC        |
| 55 | In. Metrin         | Sipermetrin 30g/l                                 | Kontak&Lambung   | EC        |
| 56 | In. Yasithrin      | Sipermetrin 30g/l                                 | Kontak&Lambung   | EC        |
| 57 | In. Bayu           | Sipermetrin 100g/l                                | Kontak&Lambung   | EC        |
| 58 | In. Global         | Lambda Sihalotrin55g/l                            | Kontak&Lambung   | EC        |
| 59 | In. Setor          | Lambda Sihalotrin40g/l                            | Kontak&Lambung   | EC        |
| 60 | In. Sidador        | Lambda Sihalotrin30g/l                            | Kontak&Lambung   | EC        |
| 61 | In. Jidor          | Lambda Sihalotrin25g/l                            | Kontak&Lambung   | EC        |
| 62 | In. Percis         | Deltametrin30g/l                                  | Kontak   | EC        |
| 63 | In. Sidatan        | Dimehipo 410g/l                                   | Sistemik   | SL        |

## Lampiran 1..... (Lanjutan)

| No | Pestisida       | Bahan Aktif  | Cara Kerja                  | Formulasi |
|----|-----------------|--|-----------------------------|-----------|
| 64 | In. Sidacis     | Deltametrin25g/l   | Kontak&Lambung              | EC        |
| 65 | In. Sidazinon   | Diazinon 600g/l  | Kontang,lambung,&pernafasan | EC        |
| 66 | In. Sidacron    | Profenofos 510g/l  | Kontak&Lambung              | EC        |
| 67 | In. Topdor      | Imidakloprid 10%   | Sistemik,kontak,&Lambung    | WP        |
| 68 | In. Sidamec     | Abamektin 20g/l  | Kontak&lambung              | EC        |
| 69 | In. Sidajos     | Dimetoat 430 g/l   | Kontak&lambung              | EC        |
| 70 | In. Sidafur     | Karbofuran 3%  | Kontak&lambung              | GR        |
| 71 | In. Sidathion   | Triazofos 210g/l   | Kontak&lambung              | EC        |
| 72 | In. Fipros      | Fipronil 55g/l   | Kontak&lambung              | SC        |
| 73 | In. Sidalaku    | Klorpirifos 212g/l   | Kontak&lambung              | EC        |
| 74 | Ak. Yosan       | Propargit 575g/l   | Kontak&lambung              | EC        |
| 75 | Fu. Sidazeb     | Mancozeb 80%   | Protektif                   | WP        |
| 76 | Fu. Cozene      | Mankozeb<br>70%+Karbendazim<br>10%   | Protektif&Sistemik          | WP        |
| 77 | Fu. Satgaz      | Propineb 75%   | Protektif                   | WP        |
| 78 | Fu. Siodan      | Simoksaniil 20%  | Protektif                   | WP        |
| 79 | Fu. Sidazol     | Propikonazol<br>250g/l   | Protektif                   | EC        |
| 80 | Fu. Topsida     | Metil Tiofanat<br>75%  | Protektif                   | WP        |
| 81 | Fu. Fenosida    | Difenoconazol 255<br>g/l   | Protektif                   | EC        |
| 82 | Fu. Petronil    | Klorotalonil 75%   | Protektif                   | WP        |
| 83 | Rd. Sidarat     | Brodifakum<br>0,005%   |                             | PA        |
| 84 | ZPT.Guela12,5PA | Etefon 12,5%   | Sistemik                    | PA        |
| 85 | ZPT.Guela480SL  | Ettefon 480g/l   | Sistemik                    | SL        |
| 86 | PC. SuperGreen  | Makro: N,P205,K2O<br>Mikro : Zn,B,Cu,Mn,-Mo,Co,Biuret  |                             |           |
| 87 | PB. Petrhiaphos | <i>Bradyrhizobium japonicum &amp; Aeromonas punctate</i>                                       |                             |           |
| 88 | PB. Potensida   | <i>Azospirillum sp.; Basillus sp.; Pseudomons;<br/>Steptomycetes sp.; Bakteri endofitik</i>    |                             |           |
| 90 | PB. PetroFish   | <i>Lactobacillus plantarum; Nitrosomonas europea;<br/>Bacillus subtilis; Bacillus apiaries</i> |                             |           |
| 91 | PB. Biokaosida  | <i>Beauvaria bassiana</i>  |                             |           |

**Lampiran 2. Kuisioner Penelitian****KUISIONER  
PENELITIAN****PT PETROSIDA GRESIK****KUISIONER PENELITIAN**

Kepada Yth. Bapak/Ibu di Desa Junrejo, Batu, Jawa Timur

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan diadakannya penelitian tentang:

**“Analisis Kepuasan Konsumen Produk Insektisida Sidamethrin 50 EC**

**Produksi PT Petrosida Gresik Pada Petani**

**(Studi Kasus pada Petani di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur)**

Maka dimohon dengan sangat bantuan bapak/ibu untuk mengisi kuisioner yang telah disediakan dengan jujur dan benar sesuai dengan pendapat bapak/ibu.

Demikian permohonan dari kami, atas perhatian, bantuan dan kerjasama bapak/ibu kami sampaikan terima kasih.

Erlin Widya Fatmawati

105040100111090

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Brawijaya



**Lampiran 2..... (Lanjutan)**

10. Jika insektisida Sidamethrin 50 EC produksi PT Petrosida gresik yang anda akan beli tidak tersedia, maka anda akan?
- Membeli insektisida jenis lain di tempat yang sama
  - Mencari insektisida Sidamethrin 50 EC ditempat lain
  - Tidak jadi membeli/menunda pembelian insektisida

**C. TINGKAT KEPENTINGAN**

11. Berilah tanda silang (X) pada tabel dibawah ini sesuai pilihan anda yang menunjukkan kepentingan dari setiap atribut produk insektisida merek Sidamethrin 50 EC yang anda rasakan:

| No. | Atribut                         | Tingkat kepentingan |         |               |                |               |
|-----|---------------------------------|---------------------|---------|---------------|----------------|---------------|
|     |                                 | Sangat Penting      | Penting | Cukup Penting | Kurang Penting | Tidak Penting |
| 1.  | Manfaat                         |                     |         |               |                |               |
| 2.  | Kemampuan membunuh hama         |                     |         |               |                |               |
| 3.  | Variasi ukuran kemasan          |                     |         |               |                |               |
| 4.  | Warna cairan                    |                     |         |               |                |               |
| 5.  | Bau cairan                      |                     |         |               |                |               |
| 6.  | <i>Customer service</i>         |                     |         |               |                |               |
| 7.  | Penggantian produk baru         |                     |         |               |                |               |
| 8.  | Ketersediaan produk             |                     |         |               |                |               |
| 9.  | Bentuk kemasan                  |                     |         |               |                |               |
| 10. | Warna kemasan                   |                     |         |               |                |               |
| 11. | Informasi kandungan bahan aktif |                     |         |               |                |               |
| 12. | Petunjuk penggunaan             |                     |         |               |                |               |
| 13. | Ijin edar                       |                     |         |               |                |               |
| 14. | Harga                           |                     |         |               |                |               |
| 15. | Nama perusahaan                 |                     |         |               |                |               |
| 16. | Labelling                       |                     |         |               |                |               |

**Lampiran 2..... (Lanjutan)**

**D. TINGKAT KINERJA PRODUK**

12. Berilah Tanda Silang (x) pada pilihan tabel di bawah ini untuk setiap atribut sesuai yang Bapak/Ibu/Anda rasakan:

| No. | Atribut                         | Tingkat kinerja                            |                                     |   |  |   |
|-----|---------------------------------|--|-------------------------------------|---|--|---|
|     |                                 | 5  | 4                                   | 3   | 2  | 1   |
| 1.  | Manfaat                         | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |
| 2.  | Kemampuan membunuh hama         | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |
| 3.  | Variasi ukuran kemasan          | <input type="checkbox"/> Sangat Bervariasi | <input type="checkbox"/> Bervariasi | <input type="checkbox"/> Cukup Bervariasi | <input type="checkbox"/> Kurang Bervariasi | <input type="checkbox"/> Tidak Bervariasi |
| 4.  | Warna cairan                    | <input type="checkbox"/> Sangat Cerah      | <input type="checkbox"/> Cerah      | <input type="checkbox"/> Cukup Cerah      | <input type="checkbox"/> Krg Cerah         | <input type="checkbox"/> Tdk Cerah        |
| 5.  | Bau cairan                      | <input type="checkbox"/> Sangat menyengat  | <input type="checkbox"/> Menyengat  | <input type="checkbox"/> Cukup menyengat  | <input type="checkbox"/> Kurang menyengat  | <input type="checkbox"/> Tidak menyengat  |
| 6.  | <i>Customer service</i>         | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |
| 7.  | Penggantian produk baru         | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |
| 8.  | Ketersediaan produk             | <input type="checkbox"/> Sangat tersedia   | <input type="checkbox"/> Tersedia   | <input type="checkbox"/> Cukup tersedia   | <input type="checkbox"/> Kurang tersedia   | <input type="checkbox"/> Tidak tersedia   |
| 9.  | Bentuk kemasan                  | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |
| 10. | Warna kemasan                   | <input type="checkbox"/> Sangat Cerah      | <input type="checkbox"/> Cerah      | <input type="checkbox"/> Cukup Cerah      | <input type="checkbox"/> Krg Cerah         | <input type="checkbox"/> Tdk Cerah        |
| 11. | Informasi kandungan bahan aktif | <input type="checkbox"/> Sangat Jelas      | <input type="checkbox"/> Jelas      | <input type="checkbox"/> Cukup Jelas      | <input type="checkbox"/> Kurang Jelas      | <input type="checkbox"/> Tidak Jelas      |
| 12. | Petunjuk penggunaan             | <input type="checkbox"/> Sangat Jelas      | <input type="checkbox"/> Jelas      | <input type="checkbox"/> Cukup Jelas      | <input type="checkbox"/> Kurang Jelas      | <input type="checkbox"/> Tidak Jelas      |
| 13. | Ijin edar                       | <input type="checkbox"/> Sangat Jelas      | <input type="checkbox"/> Jelas      | <input type="checkbox"/> Cukup Jelas      | <input type="checkbox"/> Kurang Jelas      | <input type="checkbox"/> Tidak Jelas      |
| 14. | Harga                           | <input type="checkbox"/> Sangat murah      | <input type="checkbox"/> Murah      | <input type="checkbox"/> Cukup murah      | <input type="checkbox"/> Krg murah         | <input type="checkbox"/> Tdk murah        |
| 15. | Nama perusahaan                 | <input type="checkbox"/> Sangat Terkenal   | <input type="checkbox"/> Terkenal   | <input type="checkbox"/> Cukup Terkenal   | <input type="checkbox"/> Kurang Terkenal   | <input type="checkbox"/> Tidak Terkenal   |
| 16. | Labelling                       | <input type="checkbox"/> Sangat Baik       | <input type="checkbox"/> Baik       | <input type="checkbox"/> Cukup Baik       | <input type="checkbox"/> Kurang Baik       | <input type="checkbox"/> Tidak Baik       |

### Lampiran 3. Karakteristik Responden

| NO | 1              | 2 | 3  | 4 | 5 | 6   | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|----------------|---|----|---|---|-----|---|---|---|----|
| 1  | Agus           | A | 45 | E | E | 0,4 | A | C | A | B  |
| 2  | Achmad Zainuri | A | 38 | C | B | 0,8 | A | C | D | A  |
| 3  | Nur Shokheh    | A | 29 | C | A | 0,4 | A | C | C | A  |
| 4  | Nuriyanto      | A | 34 | B | B | 0,4 | A | C | C | B  |
| 5  | Kismanu        | A | 57 | A | C | 0,8 | A | C | C | B  |
| 6  | Kusdianto      | A | 38 | A | A | 0,3 | A | C | B | B  |
| 7  | Tanu           | A | 62 | A | B | 0,4 | A | C | A | B  |
| 8  | Suwadi         | A | 54 | A | B | 0,4 | A | B | C | A  |
| 9  | Misenu         | A | 43 | A | B | 0,3 | A | A | C | A  |
| 10 | Kiselan        | A | 43 | A | C | 0,8 | A | B | D | B  |
| 11 | Joko Istono    | A | 46 | B | D | 0,8 | A | C | A | B  |
| 12 | Kismanudi      | A | 29 | C | A | 0,4 | A | C | A | B  |
| 13 | Rupa'i         | A | 56 | B | B | 1,2 | A | B | A | B  |
| 14 | Didik Siswanto | A | 45 | A | A | 0,3 | A | B | A | B  |
| 15 | M.Yasin        | A | 48 | B | C | 0,8 | A | C | D | A  |
| 16 | Edi Santoso    | A | 42 | B | A | 0,4 | A | C | D | A  |
| 17 | Tamuni         | A | 48 | A | A | 0,4 | A | C | D | A  |
| 18 | Durachman      | A | 57 | A | B | 0,3 | A | C | A | B  |
| 19 | Senadi         | A | 42 | A | A | 0,8 | A | A | C | A  |
| 20 | Nyono          | A | 42 | A | E | 0,4 | A | B | D | B  |
| 21 | Ngadiono       | A | 48 | A | A | 0,8 | A | A | C | B  |
| 22 | Marsait        | A | 35 | A | B | 0,6 | A | B | C | A  |
| 23 | Warnoto        | A | 61 | A | A | 0,8 | A | B | D | B  |
| 24 | Dulmunir       | A | 47 | A | D | 0,8 | A | B | B | B  |
| 25 | Matali         | A | 36 | A | A | 0,3 | A | B | E | B  |

Lampiran 3..... (Lanjutan)

| NO | 1              | 2 | 3  | 4 | 5 | 6   | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|----------------|---|----|---|---|-----|---|---|---|----|
| 26 | Warnoto 2      | A | 54 | A | A | 1,5 | A | A | D | B  |
| 27 | Sunarto        | A | 36 | A | A | 0,3 | A | C | A | B  |
| 28 | Prayudi        | A | 38 | A | A | 0,4 | A | C | D | B  |
| 29 | Budi R.        | A | 55 | A | D | 2,0 | A | B | A | A  |
| 30 | Winarno        | A | 34 | B | B | 0,8 | A | C | C | B  |
| 31 | Yuli Ismartono | A | 38 | B | A | 0,6 | A | C | A | B  |
| 32 | Sunaryo        | A | 58 | C | D | 0,6 | A | C | D | B  |
| 33 | Hari Suprpto   | A | 48 | B | B | 0,6 | A | B | B | B  |
| 34 | Suwito         | A | 45 | B | A | 0,4 | A | C | A | C  |
| 35 | Drian          | A | 28 | B | B | 0,8 | A | C | C | A  |
| 36 | Diyan          | A | 28 | C | B | 0,8 | A | A | B | A  |
| 37 | Yahuman        | A | 62 | A | B | 0,4 | A | B | D | B  |
| 38 | Suparman       | A | 55 | A | A | 0,3 | A | A | B | C  |
| 39 | Wijiono        | A | 46 | A | A | 0,6 | A | C | D | B  |
| 40 | Rusiyani       | A | 37 | A | A | 0,8 | A | C | D | B  |
| 41 | Jono           | A | 45 | C | C | 0,4 | A | B | A | A  |
| 42 | Rohmat D.      | A | 29 | C | C | 0,8 | A | A | A | B  |
| 43 | Solah          | A | 34 | B | B | 0,6 | A | C | D | A  |
| 44 | Ra'i           | A | 52 | B | B | 1,5 | A | C | C | B  |
| 45 | Kartono        | A | 42 | A | A | 0,8 | A | C | A | B  |
| 46 | Suwari         | A | 55 | A | A | 0,4 | A | C | D | B  |
| 47 | Safi'i         | A | 46 | B | B | 0,6 | A | B | A | A  |
| 48 | Pundiono       | A | 51 | A | A | 0,6 | A | B | C | A  |
| 49 | Juwair         | A | 46 | C | B | 2,0 | A | C | D | B  |
| 50 | Mukawi         | A | 55 | C | C | 1,8 | A | B | A | B  |

Lampiran 3..... (Lanjutan)

| NO | 1              | 2 | 3  | 4 | 5 | 6   | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|----------------|---|----|---|---|-----|---|---|---|----|
| 51 | Sutrisno       | A | 41 | C | C | 1,5 | A | B | D | B  |
| 52 | Pasian         | A | 41 | A | A | 0,4 | A | C | D | A  |
| 53 | Abdul Rohim    | A | 38 | A | A | 0,4 | A | C | D | A  |
| 54 | Misto          | A | 56 | B | B | 1,5 | A | C | D | B  |
| 55 | Sarim          | A | 58 | B | A | 0,8 | A | B | A | B  |
| 56 | Supriyadi      | A | 42 | A | B | 0,4 | A | B | D | A  |
| 57 | Daim           | A | 45 | A | B | 0,4 | A | C | C | B  |
| 58 | Senan          | A | 45 | C | C | 1,5 | A | B | D | A  |
| 59 | Kariyanto      | A | 46 | A | A | 0,4 | A | C | D | B  |
| 60 | Badi           | A | 51 | A | A | 0,4 | A | C | A | B  |
| 61 | Kasim          | A | 41 | B | B | 0,8 | A | C | D | B  |
| 62 | Muslikin       | A | 49 | B | B | 0,3 | A | C | C | A  |
| 63 | Ediyanto       | A | 46 | C | C | 0,4 | A | C | A | A  |
| 64 | Handri Wahyudi | A | 46 | E | B | 0,6 | A | C | A | B  |



Lampiran 4. Jawaban Responden Ya atau Tidak untuk Uji Cochran Q-test

| NO | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 | A9 | A10 | A11 | A12 | A13 | A14 | A15 | A16 | Ri | Ri2 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 16 | 256 |
| 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 16 | 256 |
| 3  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 4  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 14 | 196 |
| 5  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 6  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 12 | 144 |
| 7  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 8  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 14 | 196 |
| 9  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 14 | 196 |
| 10 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 11 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 12 | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0  | 1  | 1  | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 12 | 144 |
| 13 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 14 | 196 |
| 14 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 13 | 169 |
| 15 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 13 | 169 |
| 16 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 12 | 144 |
| 17 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 12 | 144 |
| 18 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 15 | 225 |
| 19 | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 13 | 169 |
| 20 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 14 | 196 |
| 21 | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 13 | 169 |
| 22 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 16 | 256 |
| 23 | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 9  | 81  |
| 24 | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   | 1   | 11 | 121 |
| 25 | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 1   | 12 | 144 |
| 26 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 1   | 1   | 13 | 169 |



Lampiran 4..... (Lanjutan)

| NO  | A1   | A2   | A3   | A4   | A5   | A6   | A7   | A8   | A9   | A10  | A11  | A12  | A13  | A14  | A15  | A16  | Ri    | Ri2   |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 52  | 1    | 1    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 0    | 1    | 10    | 100   |
| 53  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 14    | 196   |
| 54  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 15    | 225   |
| 55  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 15    | 225   |
| 56  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 14    | 196   |
| 57  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 14    | 196   |
| 58  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 14    | 196   |
| 59  | 1    | 1    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 11    | 121   |
| 60  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 15    | 225   |
| 61  | 1    | 1    | 1    | 0    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 0    | 1    | 12    | 144   |
| 62  | 1    | 1    | 1    | 0    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 14    | 196   |
| 63  | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 12    | 144   |
| 64  | 1    | 1    | 1    | 0    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 15    | 225   |
| Ci  | 64   | 63   | 61   | 42   | 44   | 32   | 33   | 61   | 59   | 59   | 60   | 62   | 59   | 56   | 45   | 60   | 860   | 10109 |
| Ci2 | 4096 | 3969 | 3721 | 1764 | 1936 | 1024 | 1089 | 3721 | 3481 | 3481 | 3600 | 3844 | 3481 | 3136 | 2025 | 3600 | 47968 |       |

Lampiran 5. Jawaban Responden untuk Tingkat Kepentingan Konsumen

| NO | NAMA RESPONDEN | A1 | A2 | A3 | A8 | A9 | A10 | A11 | A12 | A13 | A14 | A16 | TOTAL |
|----|----------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 1  | Agus           | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 1   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 39    |
| 2  | Achmad Z.      | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5   | 4   | 5   | 5   | 1   | 4   | 45    |
| 3  | Nur Shokheh    | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 44    |
| 4  | Nuriyanto      | 5  | 3  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 52    |
| 5  | Kismanu        | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 51    |
| 6  | Kusdianto      | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 1   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 48    |
| 7  | Tanu           | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 52    |
| 8  | Suwadi         | 3  | 3  | 1  | 4  | 4  | 1   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 40    |
| 9  | Misenu         | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 40    |
| 10 | Kiselan        | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 40    |
| 11 | Joko Istono    | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |
| 12 | Kismanudi      | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 52    |
| 13 | Rupa'i         | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |
| 14 | Didik S        | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 44    |
| 15 | M. Yasin       | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 44    |
| 16 | Edi Santoso    | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5   | 5   | 5   | 2   | 2   | 3   | 40    |
| 17 | Tamuni         | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 44    |
| 18 | Durachman      | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 51    |
| 19 | Senadi         | 4  | 3  | 2  | 5  | 3  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 43    |
| 20 | Nyono          | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 5   | 4   | 3   | 45    |
| 21 | Ngadiono       | 4  | 3  | 2  | 5  | 3  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 43    |
| 22 | Marsait        | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 49    |
| 23 | Warnoto        | 5  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 2   | 46    |
| 24 | Dulmunir       | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 53    |
| 25 | Matali         | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |

Lampiran 5..... (Lanjutan)

| NO | NAMA RESPONDEN | A1 | A2 | A3 | A8 | A9 | A10 | A11 | A12 | A13 | A14 | A16 | TOTAL |
|----|----------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 26 | Warnoto 2      | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 26    |
| 27 | Sunarto        | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 2   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 43    |
| 28 | Prayudi        | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 4   | 1   | 5   | 5   | 47    |
| 29 | Budi R         | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 46    |
| 30 | Winarno        | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 52    |
| 31 | Yuli Ismartono | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 49    |
| 32 | Sunaryo        | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 4   | 3   | 2   | 42    |
| 33 | Hari Suprpto   | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 39    |
| 34 | Suwito         | 5  | 3  | 5  | 3  | 5  | 5   | 3   | 3   | 3   | 3   | 5   | 43    |
| 35 | Drian          | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 48    |
| 36 | Diyan          | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 39    |
| 37 | Yahuman        | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 50    |
| 38 | Suparman       | 1  | 1  | 1  | 4  | 4  | 4   | 1   | 3   | 4   | 4   | 1   | 28    |
| 39 | Wijiono        | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 49    |
| 40 | Rusiyani       | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 49    |
| 41 | Jono           | 4  | 3  | 3  | 5  | 3  | 3   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 44    |
| 42 | Rohmat D.      | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 51    |
| 43 | Solah          | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 51    |
| 44 | Ra'i           | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 4   | 3   | 2   | 40    |
| 45 | Kartono        | 4  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 43    |
| 46 | Suwari         | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 41    |
| 47 | Safi'i         | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 3   | 2   | 2   | 40    |
| 48 | Pundiono       | 5  | 5  | 2  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 2   | 42    |
| 49 | Juwair         | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2   | 5   | 5   | 4   | 5   | 3   | 43    |
| 50 | Mukawi         | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 51    |

Lampiran 5..... (Lanjutan)

| NO | NAMA RESPONDEN | A1  | A2  | A3  | A8  | A9  | A10 | A11 | A12 | A13 | A14 | A16 | TOTAL |
|----|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 51 | Sutrisno       | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 1   | 4   | 45    |
| 52 | Pasian         | 5   | 5   | 2   | 5   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 5   | 3   | 42    |
| 53 | Abdul Rohim    | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |
| 54 | Misto          | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 52    |
| 55 | Sarim          | 4   | 4   | 3   | 5   | 2   | 1   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 41    |
| 56 | Supriyadi      | 4   | 4   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |
| 57 | Daim           | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 43    |
| 58 | Senan          | 4   | 4   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 50    |
| 59 | Kariyanto      | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 41    |
| 60 | Badi           | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 3   | 49    |
| 61 | Kasim          | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 49    |
| 62 | Muslikin       | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 36    |
| 63 | Ediyanto       | 5   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 5   | 5   | 3   | 3   | 4   | 38    |
| 64 | Handri Wahyudi | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 34    |
|    | Total          | 277 | 262 | 221 | 276 | 245 | 234 | 287 | 291 | 271 | 275 | 232 | 2871  |
|    | Rata-rata      | 4.3 | 4.1 | 3.5 | 4.3 | 3.8 | 3.7 | 4.5 | 4.5 | 4.2 | 4.3 | 3.6 | 44.9  |

Lampiran 6. Jawaban Responden untuk Tingkat Kinerja Produk

| NO | NAMA RESPONDEN | ATB1 | ATB2 | ATB3 | ATB8 | ATB9 | ATTB10 | ATB11 | ATB12 | ATB13 | ATB14 | ATB16 | TOTAL |
|----|----------------|------|------|------|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1  | Agus           | 5    | 5    | 4    | 3    | 5    | 4      | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 45    |
| 2  | Achmad Z.      | 5    | 5    | 1    | 4    | 5    | 3      | 4     | 5     | 4     | 3     | 5     | 44    |
| 3  | Nur Shokheh    | 4    | 3    | 5    | 4    | 4    | 4      | 3     | 3     | 4     | 4     | 4     | 42    |
| 4  | Nuriyanto      | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 2      | 5     | 4     | 4     | 3     | 4     | 46    |
| 5  | Kismanu        | 4    | 5    | 5    | 1    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 50    |
| 6  | Kusdianto      | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 44    |
| 7  | Tanu           | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 55    |
| 8  | Suwadi         | 4    | 4    | 5    | 3    | 3    | 3      | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 40    |
| 9  | Misenu         | 4    | 4    | 4    | 5    | 3    | 3      | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 41    |
| 10 | Kiselan        | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4      | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 37    |
| 11 | Joko Istono    | 4    | 4    | 4    | 2    | 4    | 3      | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 43    |
| 12 | Kismanudi      | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 44    |
| 13 | Rupa'i         | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5      | 3     | 5     | 5     | 3     | 4     | 46    |
| 14 | Didik Siswanto | 4    | 2    | 5    | 4    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 4     | 3     | 45    |
| 15 | M.Yasin        | 4    | 2    | 2    | 4    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 4     | 3     | 44    |
| 16 | Edi Santoso    | 4    | 2    | 5    | 4    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 4     | 3     | 47    |
| 17 | Tamuni         | 4    | 2    | 2    | 4    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 4     | 3     | 44    |
| 18 | Durachman      | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    | 4      | 3     | 5     | 5     | 3     | 4     | 46    |
| 19 | Senadi         | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 3     | 4     | 48    |
| 20 | Nyono          | 4    | 5    | 3    | 5    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 4     | 5     | 49    |
| 21 | Ngadiono       | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 3     | 4     | 48    |
| 22 | Marsait        | 5    | 5    | 2    | 4    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 5     | 3     | 47    |
| 23 | Warnoto        | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 3      | 5     | 5     | 4     | 4     | 3     | 45    |
| 24 | Dulmunir       | 3    | 3    | 2    | 2    | 2    | 4      | 3     | 3     | 3     | 4     | 4     | 33    |
| 25 | Matali         | 5    | 4    | 5    | 3    | 5    | 3      | 2     | 5     | 5     | 5     | 5     | 47    |

Lampiran 6..... (Lanjutan)

| NO | NAMA RESPONDEN | ATB1 | ATB2 | ATB3 | ATB8 | ATB9 | ATTB10 | ATB11 | ATB12 | ATB13 | ATB14 | ATB16 | TOTAL |
|----|----------------|------|------|------|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 26 | Warnoto 2      | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3      | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 40    |
| 27 | Sunarto        | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4      | 3     | 4     | 3     | 3     | 3     | 38    |
| 28 | Prayudi        | 5    | 2    | 4    | 3    | 3    | 4      | 5     | 5     | 4     | 2     | 3     | 40    |
| 29 | Budi R.        | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 4      | 5     | 5     | 4     | 4     | 2     | 45    |
| 30 | Winarno        | 5    | 4    | 3    | 3    | 4    | 3      | 5     | 5     | 5     | 2     | 5     | 44    |
| 31 | Yuli Ismartono | 5    | 4    | 3    | 3    | 3    | 4      | 5     | 3     | 4     | 2     | 5     | 41    |
| 32 | Sunaryo        | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 3      | 5     | 5     | 3     | 4     | 2     | 43    |
| 33 | Hari Suprpto   | 3    | 3    | 4    | 3    | 4    | 3      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 40    |
| 34 | Suwito         | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4      | 5     | 5     | 5     | 2     | 3     | 46    |
| 35 | Drian          | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 50    |
| 36 | Diyan          | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 43    |
| 37 | Yahuman        | 5    | 5    | 1    | 4    | 3    | 4      | 5     | 5     | 5     | 5     | 3     | 45    |
| 38 | Suparman       | 4    | 2    | 3    | 4    | 3    | 1      | 3     | 4     | 5     | 3     | 4     | 36    |
| 39 | Wijiono        | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 5     | 3     | 51    |
| 40 | Rusiyani       | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4      | 5     | 5     | 5     | 3     | 4     | 49    |
| 41 | Jono           | 4    | 4    | 2    | 1    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 39    |
| 42 | Rohmat D.      | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5      | 5     | 5     | 5     | 3     | 4     | 50    |
| 43 | Solah          | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 4      | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 48    |
| 44 | Ra'i           | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 2     | 2     | 45    |
| 45 | Kartono        | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 4      | 5     | 5     | 5     | 3     | 3     | 48    |
| 46 | Suwari         | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 3     | 3     | 47    |
| 47 | Safi'i         | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 3      | 5     | 5     | 3     | 4     | 3     | 44    |
| 48 | Pundiono       | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 4      | 5     | 5     | 3     | 4     | 2     | 44    |
| 49 | Juwair         | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 44    |
| 50 | Mukawi         | 5    | 5    | 1    | 4    | 5    | 4      | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 49    |

Lampiran 6..... (Lanjutan)

| NO | NAMA RESPONDEN | ATB1 | ATB2 | ATB3 | ATB8 | ATB9 | ATTB10 | ATB11 | ATB12 | ATB13 | ATB14 | ATB16 | TOTAL |
|----|----------------|------|------|------|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 51 | Sutrisno       | 5    | 5    | 2    | 4    | 5    | 4      | 5     | 5     | 5     | 5     | 3     | 48    |
| 52 | Pasian         | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 5     | 4     | 54    |
| 53 | Abdul Rohim    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4      | 3     | 4     | 5     | 2     | 5     | 46    |
| 54 | Misto          | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 5     | 3     | 5     | 52    |
| 55 | Sarim          | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 47    |
| 56 | Supriyadi      | 5    | 5    | 2    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 50    |
| 57 | Daim           | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 43    |
| 58 | Senan          | 5    | 5    | 2    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 50    |
| 59 | Kariyanto      | 5    | 5    | 2    | 5    | 5    | 5      | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 49    |
| 60 | Badi           | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4      | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 41    |
| 61 | Kasim          | 5    | 5    | 1    | 3    | 5    | 3      | 5     | 5     | 5     | 3     | 3     | 43    |
| 62 | Muslikin       | 5    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3      | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 35    |
| 63 | Ediyanto       | 5    | 5    | 4    | 3    | 3    | 3      | 4     | 4     | 3     | 3     | 4     | 41    |
| 64 | Handri Wahyudi | 4    | 3    | 2    | 3    | 3    | 3      | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 33    |
|    | Total          | 288  | 273  | 210  | 250  | 274  | 250    | 280   | 290   | 279   | 229   | 238   | 2861  |
|    | Rata-rata      | 4.5  | 4.3  | 3.3  | 3.9  | 4.3  | 3.9    | 4.4   | 4.5   | 4.4   | 3.6   | 3.7   | 44.7  |



Lampiran 7. .... (Lanjutan)

|                                      | Atb 1  | Atb 2  | Atb 3  | Atb 4  | Atb 5  | Atb 6  | Atb 7  | Atb 8  | Atb 9  | Atb 10 | Atb 11 | Atb 12 | Atb 13 | Atb 14 | Atb 15 | Atb 16 | Total  |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| at Pearson<br>b1<br>0<br>Correlation | .131   | -.162  | .400** | .255*  | .333** | .227   | .032   | .165   | .637** | 1      | -.035  | .052   | .031   | -.055  | .282*  | .177   | .414** |
| Sig. (2-tailed)                      | .301   | .201   | .001   | .042   | .007   | .071   | .804   | .193   | .000   | .782   | .681   | .806   | .663   | .024   | .163   | .001   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>1<br>Correlation | .432** | .327** | .360** | .220   | .181   | .167   | .101   | .287*  | .070   | -.035  | 1      | .829** | .382** | .443** | .331** | .306*  | .576** |
| Sig. (2-tailed)                      | .000   | .008   | .004   | .081   | .152   | .187   | .427   | .021   | .582   | .782   | .000   | .002   | .000   | .008   | .014   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>2<br>Correlation | .320** | .202   | .220   | .179   | .142   | .033   | -.018  | .290*  | .073   | .052   | .829** | 1      | .618** | .315*  | .393** | .257*  | .513** |
| Sig. (2-tailed)                      | .010   | .110   | .081   | .156   | .263   | .794   | .890   | .020   | .567   | .681   | .000   | .000   | .011   | .001   | .041   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>3<br>Correlation | .119   | .307*  | .120   | .195   | .121   | .211   | .153   | .386** | .134   | .031   | .382** | .618** | 1      | .456** | .436** | .332** | .544** |
| Sig. (2-tailed)                      | .349   | .014   | .347   | .123   | .340   | .094   | .228   | .002   | .291   | .806   | .002   | .000   | .000   | .000   | .007   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>4<br>Correlation | .155   | .286*  | .190   | .144   | .004   | .200   | .159   | .508** | .074   | -.055  | .443** | .315*  | .456** | 1      | .340** | .367** | .504** |
| Sig. (2-tailed)                      | .221   | .022   | .133   | .257   | .977   | .113   | .209   | .000   | .560   | .663   | .000   | .011   | .000   | .006   | .003   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>5<br>Correlation | .177   | .082   | .357** | .379** | .405** | .597** | .170   | .401** | .232   | .282*  | .331** | .393** | .436** | .340** | 1      | .772** | .732** |
| Sig. (2-tailed)                      | .162   | .518   | .004   | .002   | .001   | .000   | .178   | .001   | .065   | .024   | .008   | .001   | .000   | .006   | .000   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| at Pearson<br>b1<br>6<br>Correlation | .131   | .071   | .441** | .483** | .464** | .708** | .253*  | .372** | .308*  | .177   | .306*  | .257*  | .332** | .367** | .772** | 1      | .748** |
| Sig. (2-tailed)                      | .302   | .579   | .000   | .000   | .000   | .000   | .044   | .002   | .013   | .163   | .014   | .041   | .007   | .003   | .000   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |
| total Pearson<br>al<br>Correlation   | .455** | .434** | .627** | .611** | .595** | .678** | .359** | .542** | .466** | .414** | .576** | .513** | .544** | .504** | .732** | .748** | 1      |
| Sig. (2-tailed)                      | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .004   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
| N                                    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 8. .... (Lanjutan)

Corelation

|        | Atb 1               | Atb 2 | Atb 3  | Atb 4 | Atb 5  | Atb 6  | Atb 7  | Atb 8  | Atb 9  | Atb 10 | Atb 11 | Atb 12 | Atb 13 | Atb 14 | Atb 15 | Atb 16 | Total  |        |
|--------|---------------------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| atb 10 | Pearson Correlation | .127  | .149   | .120  | .365** | .348** | .099   | -.115  | .218   | .366** | 1      | .370** | .341** | .313*  | .195   | .048   | .098   | .553** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .317  | .239   | .345  | .003   | .005   | .439   | .367   | .084   | .003   | .003   | .006   | .012   | .123   | .706   | .442   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 11 | Pearson Correlation | .200  | .309*  | -.187 | .131   | .294*  | -.137  | -.260* | .320** | .382** | .370** | 1      | .621** | .320** | .142   | -.193  | -.142  | .374** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .113  | .013   | .139  | .303   | .018   | .279   | .038   | .010   | .002   | .003   | .000   | .010   | .264   | .126   | .261   | .002   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 12 | Pearson Correlation | .277* | .372** | -.054 | .065   | .296*  | -.109  | -.180  | .269*  | .612** | .341** | .621** | 1      | .594** | .243   | .003   | -.070  | .518** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .027  | .002   | .670  | .608   | .018   | .390   | .154   | .032   | .000   | .006   | .000   | .000   | .053   | .984   | .583   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 13 | Pearson Correlation | .082  | .134   | .262* | .115   | .169   | .172   | .086   | .173   | .333** | .313*  | .320** | .594** | 1      | .099   | .273*  | .223   | .543** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .517  | .290   | .036  | .365   | .182   | .175   | .500   | .171   | .007   | .012   | .010   | .000   | .437   | .029   | .077   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 14 | Pearson Correlation | -.030 | .097   | -.151 | .254*  | .265*  | -.140  | .163   | .089   | .228   | .195   | .142   | .243   | .099   | 1      | .206   | .074   | .407** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .815  | .446   | .235  | .043   | .034   | .271   | .199   | .485   | .070   | .123   | .264   | .053   | .437   | .102   | .563   | .001   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 15 | Pearson Correlation | -.109 | .054   | .281* | .279*  | .094   | .386** | .432** | .098   | .164   | .048   | -.193  | .003   | .273*  | .206   | 1      | .665** | .567** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .393  | .673   | .025  | .026   | .460   | .002   | .000   | .442   | .195   | .706   | .126   | .984   | .029   | .102   | .000   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| atb 16 | Pearson Correlation | -.160 | .199   | .303* | .110   | -.136  | .439** | .370** | .026   | .072   | .098   | -.142  | -.070  | .223   | .074   | .665** | 1      | .504** |
|        | Sig. (2-tailed)     | .208  | .115   | .015  | .389   | .283   | .000   | .003   | .840   | .574   | .442   | .261   | .583   | .077   | .563   | .000   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |
| tota l | Pearson Correlation | .662  | .447** | .284* | .466** | .401** | .349** | .258*  | .441** | .578** | .553** | .374** | .518** | .543** | .407** | .567** | .504** | 1      |
|        | Sig. (2-tailed)     | .000  | .000   | .023  | .000   | .001   | .005   | .040   | .000   | .000   | .000   | .002   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   |        |
|        | N                   | 64    | 64     | 64    | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     | 64     |        |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 9. Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

#### - Tingkat Kepentingan

##### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 64 | 98.5  |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 1  | 1.5   |
|       | Total                 | 65 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .801             | 16         |

#### - Tingkat Kinerja

##### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 64 | 98.5  |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 1  | 1.5   |
|       | Total                 | 65 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .641             | 16         |

### Lampiran 10. Hasil Uji Cochran Q-Test

#### Analisis Cochran Q-Test 1.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut   | Q hitung          | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan |
|---------------------------|---|-------------------|----------|--------------------------|
| 16 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Warna cairan</li> <li>• Bau cairan</li> <li>• <i>Customer Service</i></li> <li>• Penggantian produk baru</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Nama produsen</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 2.083E2,<br>df=15 | 24.99580 | Tidak ada.               |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

#### Analisis Cochran Q-Test 2.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut  | Q hitung          | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan  |
|---------------------------|--|-------------------|----------|---|
| 15 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Warna cairan</li> <li>• Bau cairan</li> <li>• Penggantian produk baru</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Nama produsen</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 1.698E2,<br>df=14 | 23.68478 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Customer Service</i></li> </ul> |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

### Lampiran 10..... (Lanjutan)

#### Analisis Cochran Q-Test 3.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut   | Q hitung          | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan  |
|---------------------------|---|-------------------|----------|---|
| 14 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Warna cairan</li> <li>• Customer Service</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Nama produsen</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 1.183E2,<br>df=13 | 22.36203 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggantian produk baru</li> </ul> |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

#### Analisis Cochran Q-Test 4.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut   | Q hitung         | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan   |
|---------------------------|---|------------------|----------|--|
| 13 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Warna cairan</li> <li>• Customer Service</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Nama produsen</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 90.572,<br>df=12 | 21,02606 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna cairan</li> </ul> |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

**Lampiran 10..... (Lanjutan)**

Analisis Cochran Q-Test 5.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut   | Q hitung         | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan                                       |
|---------------------------|---|------------------|----------|--|
| 12 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Nama produsen</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 62,556,<br>df=11 | 19,67515 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bau cairan</li> </ul> |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Analisis Cochran Q-Test 6.

| Jumlah atribut yang diuji | Atribut  | Q hitung         | Q tabel  | Atribut yang dihilangkan  |
|---------------------------|--|------------------|----------|---|
| 11 atribut                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat</li> <li>• Kemampuan membunuh hama</li> <li>• Variasi ukuran kemasan</li> <li>• Ketersediaan produk</li> <li>• Bentuk kemasan</li> <li>• Warna kemasan</li> <li>• Informasi kandungan bahan aktif</li> <li>• Petunjuk penggunaan</li> <li>• Ijin edar</li> <li>• Harga</li> <li>• Labeling</li> </ul> | 15,523,<br>df=10 | 18,30703 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nama perusahaan</li> </ul> |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

