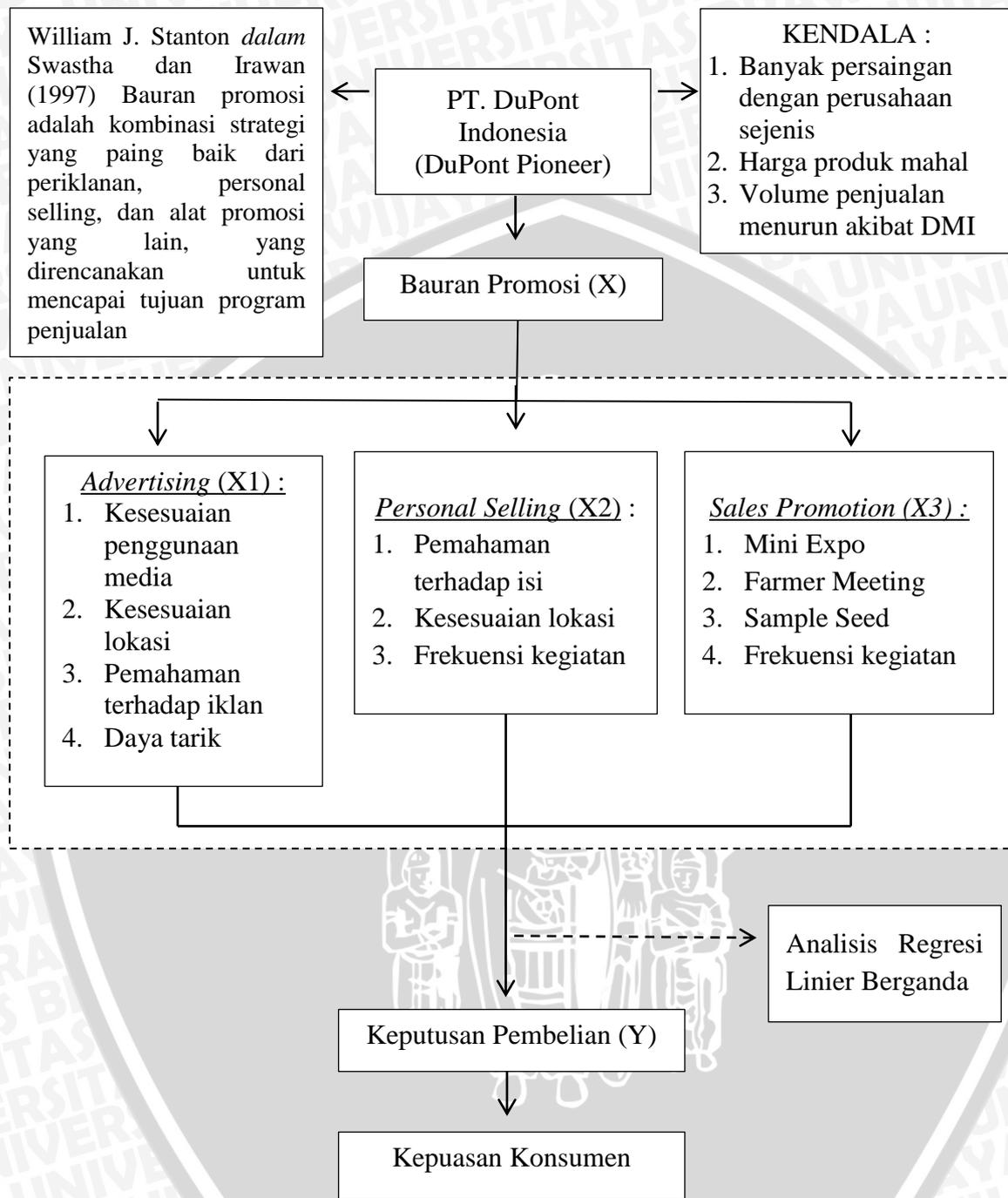


III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) merupakan salah satu perusahaan benih jagung hibrida di Indonesia. PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) memiliki kendala yakni banyaknya persaingan antar perusahaan benih dengan komoditas sejenis, harga benih jagung DuPont Pioneer lebih mahal dibandingkan benih lain dan volume penjualan yang menurun. Kegiatan promosi penting untuk dijadikan fokus perusahaan karena dengan kegiatan promosi para konsumen dapat mengetahui produk dari perusahaan. Menurut William J. Stanton *dalam* Swastha dan Irawan (1997) bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling balik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Dengan adanya promosi perusahaan dapat memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan konsumen. Sebelum konsumen melakukan pembelian produk akan terjadi suatu proses pengambilan keputusan pembelian. Pada proses tersebut konsumen akan mengenali kebutuhan produk yang akan dibeli sehingga konsumen nantinya akan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkannya tersebut. Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan bauran promosi agar informasi produk dari perusahaan akhirnya diketahui oleh konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel bauran promosi apa saja yang digunakan oleh PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) dalam mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan variabel bauran promosi apa yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian benih jagung hibrida DuPont Pioneer. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah variabel bauran promosi (X) yang terdiri dari periklanan (X_1), penjualan perorangan (X_2), promosi penjualan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Harapan dari penelitian ini adalah dapat membantu PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) untuk mengetahui variabel bauran promosi apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian benih jagung hibrida DuPont Pioneer sehingga nantinya dapat mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk benih jagung hibrida DuPont Pioneer.



Keterangan :

→ : Alur Penelitian

---> : Alat Analisis yang digunakan

⋮ : Variabel yang dianalisis

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pemelian Benih Jagung Hibrida DuPont Pioneer

3.2 Hipotesis

1. $H_0 : \rho_i = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran promosi (Periklanan (X_1), penjualan perorangan (X_2) dan promosi penjualan (X_3)) terhadap keputusan pembelian (Y)
2. $H_a : \rho_i \neq 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran promosi (Periklanan (X_1), penjualan perorangan (X_2) dan promosi penjualan (X_3)) terhadap keputusan pembelian (Y)

3.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini membahas khusus tentang variabel bauran promosi di PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) yang terdiri dari periklanan (*Advertising*) penjualan perorangan (*Personal Selling*) dan promosi penjualan (*Sales Promotion*)
2. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kediri, Jawa Timur yang meliputi Kecamatan Purwosari, Kecamatan Kayen Kidul, Kecamatan Pagu, Kecamatan Pelemahan, Kecamatan Tarokan, Kecamatan Grogol, Kecamatan Mojo dan Kecamatan Semen.
3. Produk yang diteliti hanya produk benih jagung hibrida milik PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer) varietas P-27, P-31 dan P-35
4. Responden merupakan petani yang sebelumnya sudah membeli produk benih jagung hibrida DuPont Pioneer.

3.4 Definisi Operasional dan Pengaruh Variabel

Wirartha (2006) mendefinisikan operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati. Untuk mempermudah analisa maka perlu dikemukakan definisi operasional dan pengukuran variabel. Berikut definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini :

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Variabel Independen (X) Bauran Promosi (Promotional Mix)	1. Periklanan (Advertising) berupa <i>plastic sign, plot sign, poster, sticker</i> dan <i>flyer</i>	1. Penyampaian Informasi	1. Kesesuaian penggunaan media 2. Kesesuaian lokasi	1. Kesesuaian penggunaan media periklanan benih jagung hibrida DuPont Pioneer (<i>plastic sign, plot sign, poster, flyer dan sticker</i>) 2. Kesesuaian lokasi periklanan benih jagung hibrida DuPont Pioneer	Skala ketentuan adalah : 5 = Mampu mengenali, mengingat dan berniat membeli produk 4 = Mampu mengenali dan berniat membeli 3 = Mampu mengenali dan mengingat produk 2 = Tidak mampu mengenali dan tidak berniat membeli 1 = Tidak mampu mengenali, mengingat dan tidak mau membeli Skala ketentuan adalah : 5 = Lokasi yang sering dijumpai dan mampu mengingat produk 4 = Lokasi yang sering dijumpai konsumen 3 = Lokasi jarang dijumpai konsumen 2 = Lokasi tidak dijumpai konsumen 1 = Lokasi tidak dijumpai konsumen dan tidak mampu mengingat produk

Tabel 1. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		2. Pemahaman Isi	1. Pemahaman terhadap iklan	1. Pemahaman terhadap isi dari iklan benih jagung hibrida DuPont Pioneer	Skala ketentuan adalah : 5 = Mampu menyebutkan 4-5 atribut iklan produk 4 = Mampu menyebutkan 3-4 atribut iklan produk 3 = Mampu menyebutkan 2-3 atribut iklan produk 2 = Mampu menyebutkan 1-3 atribut iklan produk 1 = Tidak mampu menyebutkan atribut iklan
			2. Pemahaman terhadap tujuan iklan	2. Pemahaman terhadap tujuan dari iklan benih jagung hibrida DuPont Pioneer	Skala ketentuan adalah : 5 = Konsumen memahami iklan, yakin akan produk yang ditawarkan dan berniat membeli produk 4 = Konsumen memahami iklan, yakin akan produk yang ditawarkan 3 = Konsumen memahami iklan dan belum yakin akan produk yang ditawarkan 2 = Konsumen tidak memahami iklan dan belum yakin akan produk yang ditawarkan

			3. Daya tarik	3. Daya tarik iklan benih jagung hibrida DuPont Pioneer	<p>1 = Konsumen tidak memahami iklan, tidak yakin akan produk yang ditawarkan dan tidak berniat membeli produk</p> <p>Skala ketentuan adalah :</p> <p>5 = Iklan yang diinstall menarik perhatian dan mendorong konsumen untuk membeli produk</p> <p>4 = Iklan yang diinstall menarik perhatian konsumen</p> <p>3 = Iklan yang diinstall tidak terlalu menarik perhatian konsumen</p> <p>2 = Iklan yang diinstall tidak menarik perhatian konsumen</p> <p>1 = Iklan yang diinstall tidak menarik perhatian dan tidak mendorong konsumen untuk membeli produk</p>
	2. Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>) berupa kegiatan <i>Farmer Meeting</i>	1. Penyampaian Informasi	1. Pemahaman terhadap isi	1. Pemahaman terhadap informasi yang disampaikan pada saat <i>personal selling</i>	<p>Skala ketentuan adalah :</p> <p>5 = Konsumen memahami pesan yang disampaikan, yakin akan produk yang ditawarkan dan berniat membeli produk</p> <p>4 = Konsumen memahami pesan yang disampaikan, yakin akan produk yang ditawarkan</p> <p>3 = Konsumen memahami pesan yang disampaikan dan belum yakin</p>

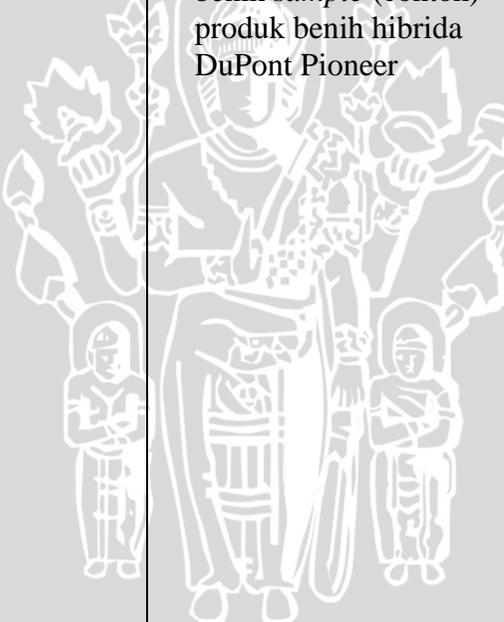
Tabel 1. (Lanjutan)

			2. Kesesuaian lokasi	2. Kesesuaian lokasi dalam penyampaian informasi	<p>akan produk yang ditawarkan 2 = Konsumen tidak memahami pesan yang disampaikan dan belum yakin akan produk yang ditawarkan 1 = Konsumen tidak memahami pesan yang disampaikan, tidak yakin akan produk yang ditawarkan dan tidak berniat membeli produk</p> <p>Skala ketentuan adalah : 5 = Lokasi yang sering didatangi petani dan petani tidak merasa terganggu 4 = Lokasi yang sering didatangi petani 3 = Lokasi jarang didatangi petani 2 = Lokasi tidak pernah didatangi petani 1 = Lokasi tidak pernah didatangi petani dan petani merasa terganggu akan kegiatan <i>Personal Selling</i></p>
		2. Frekuensi	1. Tingkat keseringan kegiatan <i>personal selling</i>	1. Tingkat keseringan pengadaan kegiatan <i>personal selling</i> dari PT. DuPont Indonesia (DuPont Pioneer)	<p>Skala ketentuan adalah : 5 = 4-5 kali dalam sebulan 4 = 3-4 kali dalam 1 bulan 3 = 2-3 kali dalam 1 bulan 2 = 1-2 kali dalam 1 bulan 1 = Tidak pernah sama sekali</p>

Tabel 1. (Lanjutan)

	<p>3. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) berupa kegiatan <i>Mini Expo</i>, <i>Farmer Meeting</i> dan pemberian <i>Sample Seed</i></p>	<p>1. Alat yang digunakan</p>	<p>1. <i>Mini Expo</i></p> <p>2. <i>Farmer Meeting</i></p>	<p>1. Kegiatan pameran tanaman dari produk benih hibrida DuPont Pioneer</p> <p>2. Diskusi kelompok petani untuk membahas pengalaman dan kendala dalam penanaman benih jagung hibrida DuPont Pioneer</p>	<p>Skala ketentuan adalah :</p> <p>5 = Menarik perhatian, menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk</p> <p>4 = Menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk</p> <p>3 = Menarik perhatian dan menarik konsumen agar berpartisipasi</p> <p>2 = Tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk</p> <p>1 = Tidak menarik perhatian, tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk</p> <p>Skala ketentuan adalah :</p> <p>5 = Menarik perhatian, menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk</p> <p>4 = Menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk</p> <p>3 = Menarik perhatian dan menarik konsumen agar berpartisipasi</p>
--	---	-------------------------------	--	---	--

Tabel 1. (Lanjutan)

			<p>3. <i>Sample Seed</i></p>	<p>3. Alat promosi berupa benih <i>sample</i> (contoh) produk benih hibrida DuPont Pioneer</p> 	<p>2 = Tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk 1 = Tidak menarik perhatian, tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk</p> <p>Skala ketentuan adalah : 5 = Menarik perhatian, menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk 4 = Menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan membeli produk 3 = Menarik perhatian dan menarik konsumen agar berpartisipasi 2 = Tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk 1 = Tidak menarik perhatian, tidak menarik konsumen agar berpartisipasi dalam kegiatan dan tidak membeli produk</p>
--	--	--	------------------------------	--	--

	<p>2. Frekuensi Promosi Penjualan</p>	<p>1. Tingkat keseringan kegiatan <i>Mini Expo</i></p> <p>2. Tingkat keseringan kegiatan <i>Farmer Meeting</i></p> <p>3. Tingkat keseringan pemberian <i>Sample Seed</i></p>	<p>1. Tingkat keseringan pelaksanaan kegiatan <i>Mini Expo</i> benih jagung hibrida DuPont Pioneer</p> <p>2. Tingkat keseringan pelaksanaan kegiatan <i>Farmer Meeting</i> benih jagung hibrida DuPont Pioneer</p> <p>3. Tingkat keseringan pelaksanaan pembagian <i>sample seed</i> jagung hibrida DuPont Pioneer</p>	<p>1. Tingkat keseringan pelaksanaan kegiatan <i>Mini Expo</i> benih jagung hibrida DuPont Pioneer</p> <p>2. Tingkat keseringan pelaksanaan kegiatan <i>Farmer Meeting</i> benih jagung hibrida DuPont Pioneer</p> <p>3. Tingkat keseringan pelaksanaan pembagian <i>sample seed</i> jagung hibrida DuPont Pioneer</p>	<p>Skala ketentuan adalah : 5 = 4-5 kali dalam 1 tahun 4 = 3-4 kali dalam 1 tahun 3 = 2-3 kali dalam 1 tahun 2 = 1-2 kali dalam 1 tahun 1 = Tidak pernah sama sekali</p> <p>Skala ketentuan adalah : 5 = 4-5 kali dalam 1 tahun 4 = 3-4 kali dalam 1 tahun 3 = 2-3 kali dalam 1 tahun 2 = 1-2 kali dalam 1 tahun 1 = Tidak pernah sama sekali</p> <p>Skala ketentuan adalah : 5 = 4-5 kali dalam 1 tahun 4 = 3-4 kali dalam 1 tahun 3 = 2-3 kali dalam 1 tahun 2 = 1-2 kali dalam 1 tahun 1 = Tidak pernah sama sekali</p>
--	---------------------------------------	--	--	--	---