

### III. KERANGKA TEORITIS

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Persaingan industri insektisida saat ini sangat ketat, terlihat dari jumlah merek insektisida yang terdaftar dan beredar di Indonesia mencapai 1.198 merek (Ditjen PSP, 2015). Tingginya persaingan berdampak pada respon setiap petani yang berbeda pada setiap merek insektisida. Menghadapi hal tersebut, perusahaan diharuskan dapat menerapkan strategi yang tepat sehingga konsumen atau pelanggan memiliki kesetiaan yang tidak mudah berpindah pada merek lain.

Menurut Aaker (1997), persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan. Melalui persepsi kualitas, perusahaan dapat mengetahui posisi merek insektisidanya dari perusahaan lain dalam benak konsumen. Posisi tersebut, dilihat dari kinerja dan kepentingan dari atribut yang ada dalam merek tersebut sehingga perusahaan dapat menetapkan strategi yang tepat berdasarkan keunggulan atribut. Sedangkan menurut Sumarwan dkk (2009), persepsi kualitas merek merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas suatu barang atau jasa.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Widiningtyas (2013) tentang *perceived quality* benih semangka, *perceived quality* dilihat dari dimensi-dimensi yang mempengaruhi kecuali dimensi ketahanan. Pada dimensi-dimensi tersebut, dapat dilihat dari atribut yang ada yaitu daya tumbuh, merek, kemasan, nama perusahaan, label, harga, tahan terhadap penyakit dan cuaca, benih bermutu, cepat dan mudah berbuah, garansi, kemudahan mendapat informasi, kemudahan memperoleh benih dan produksi buah.

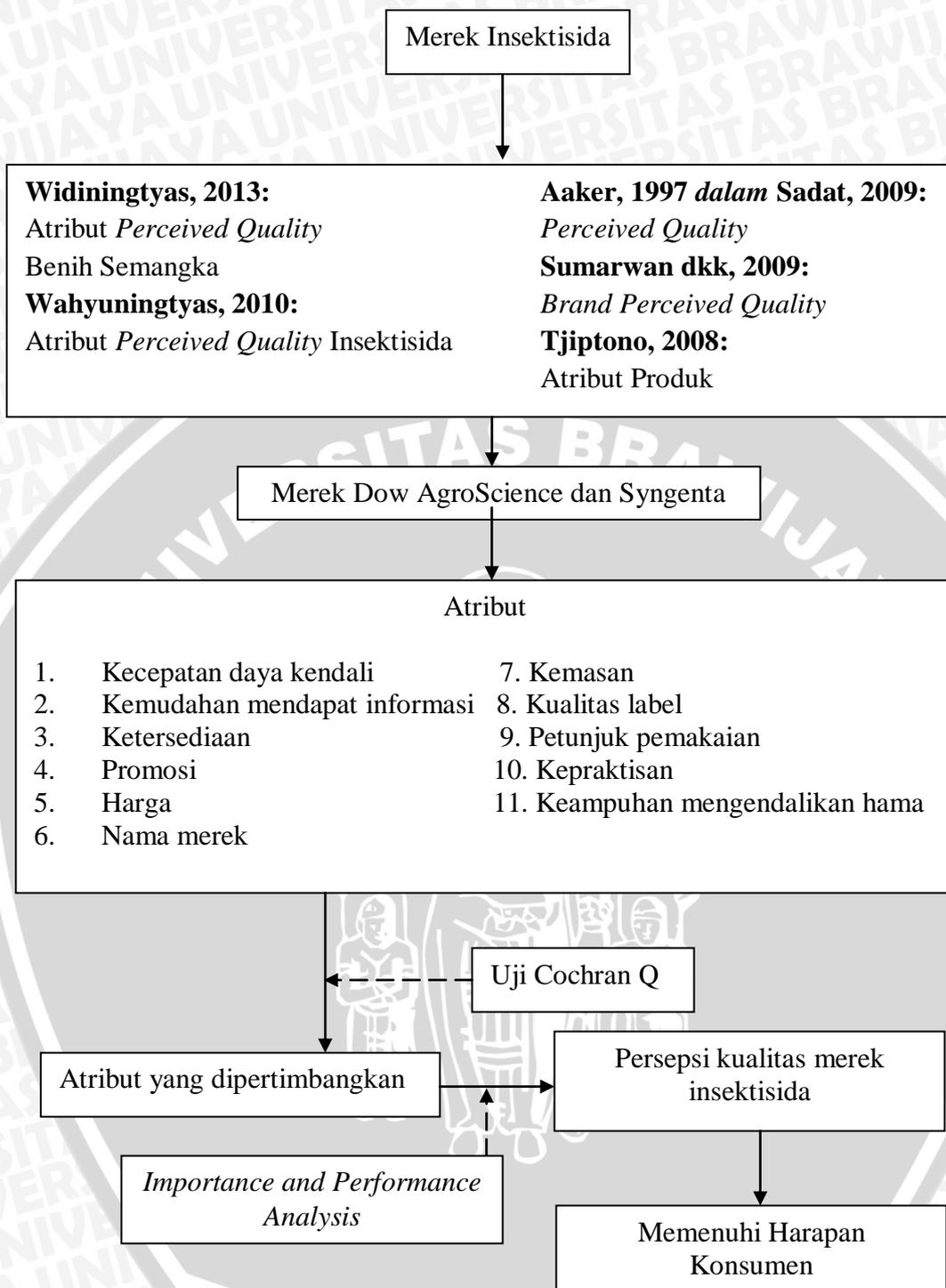
Pada penelitian lain yang dilakukan Wahyuningtyas (2010) tentang *perceived quality* insektisida, menggunakan 10 atribut yang dipertimbangkan. Terdapat 5 atribut yang valid yaitu merek, kemasan, kualitas, label dan ketersediaan obat. Sedangkan, atribut lainnya yaitu harga, lokasi toko, promosi, tingkat keamanan dan nama perusahaan tidak lolos dalam pengujian *Cochran Q test*. Hasil dari penelitian yang dilakukan wahyuningtyas terlihat bahwa atribut merek mempunyai skor tingkat kepentingan dan kinerja yang lebih tinggi dari atribut lain. Dari semua atribut, menunjukkan nilai tingkat kepentingan dan

kinerja lebih dari 3 yang berarti semua atribut mempunyai kategori antara baik dan penting.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian ini menentukan atribut berupa atribut kecepatan daya kendali, kemudahan mendapat informasi, ketersediaan, promosi, harga, nama merek, kemasan, kualitas label, petunjuk pemakaian, kepraktisan dan kemampuan mengendalikan hama.

. Variabel-variabel yang ada diukur menggunakan skala likert (1-5). Untuk menentukan variabel atau atribut mana yang menjadi pertimbangan oleh petani digunakan pengujian *Cochran Q test*. Setelah didapatkan atribut yang dipertimbangkan, maka ditentukan *brand perceived quality* setiap insektisida yang diperoleh dengan menggunakan metode *Importance and Performance Analysis*. Dari penelitian *brand perceived quality* diharapkan insektisida merek Syngenta dan DOW AgroScience dapat memenuhi harapan konsumen sehingga memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Garis besar kerangka pemikiran ini dapat dilihat pada gambar 1.





→ Alur hubungan  
 - - -> Alur analisis

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

### 3.2 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Persepsi kualitas yang terbentuk dari tingkat kepentingan dan kinerja insektisida merek Syngenta, relatif lebih tinggi dibandingkan dengan insektisida merek DOW AgroScience

### 3.3 Batasan Masalah

Batasan perlu diberikan dalam penelitian ini agar tidak menyimpang dari tujuan awal dan agar tidak terjadi bias. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini membahas tentang persepsi kualitas merek 2 perusahaan multinasional insektisida, yaitu merek Syngenta dan DOW AgroScience
2. Penelitian ini membahas persepsi kualitas merek insektisida menurut petani wortel
3. Responden yang digunakan ialah petani wortel Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu yang sedang dan pernah menggunakan insektisida merek Syngenta dan DOW AgroScience

### 3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Zikmund dan Babin (2013), skala likert merupakan format skala yang paling sering diterapkan dalam riset pemasaran. *Brand perceived quality* dapat dianalisis dengan menggunakan skala likert dengan rincian sebagai berikut:

1. Tingkat kepentingan  
Bobot 5 = sangat penting  
Bobot 4 = penting  
Bobot 3 = cukup penting  
Bobot 2 = tidak penting  
Bobot 1 = sangat tidak penting

2. Tingkat performan
- Bobot 5 = sangat baik
- Bobot 4 = baik
- Bobot 3 = cukup baik
- Bobot 2 = tidak baik
- Bobot 1 = sangat tidak baik

### **3.4.1 Definisi Operasional**

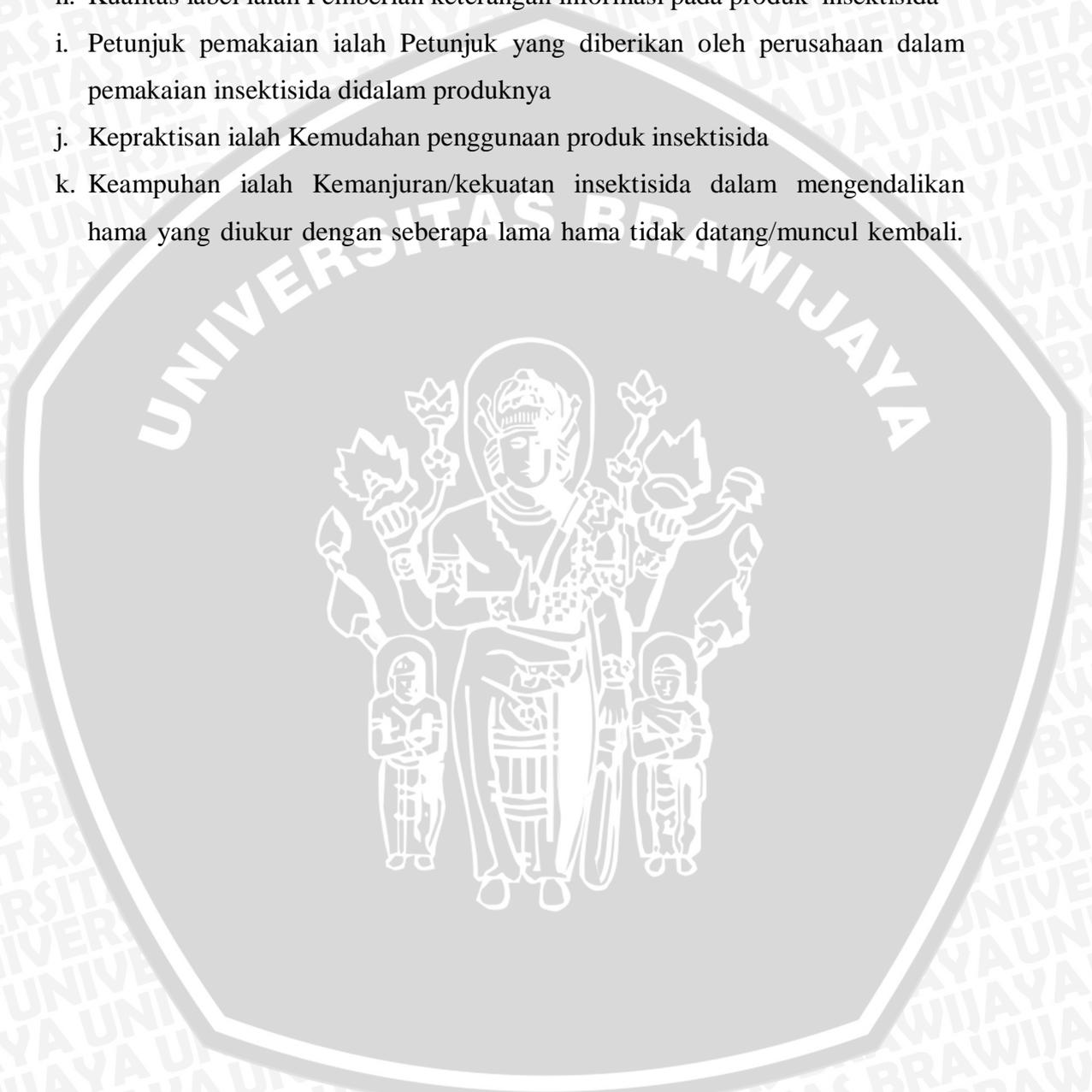
#### **1. Karakteristik Demografi Responden**

- a. Umur ialah Jumlah umur responden sejak ia lahir sampai sejak ulang tahun terakhir
- b. Pendidikan ialah Pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden
- c. Pendapatan ialah Rata-rata pendapatan setiap bulan dalam rupiah
- d. Pengeluaran ialah Rata-rata pengeluaran setiap bulan dalam rupiah
- e. Luas lahan ialah Luas lahan yang dimiliki dalam satuan hektar
- f. Status kepemilikan lahan ialah status lahan yang sedang digarap oleh petani
- g. Jumlah budidaya wortel ialah frekuensi budidaya wortel dalam satu tahun
- h. Sumber informasi ialah Sumber responden mendapatkan pengetahuan dari merek insektisida
- i. Jumlah penyemprotan ialah frekuensi budidaya wortel dalam satu minggu

#### **2. Atribut Dalam Persepsi Kualitas Merek**

- a. Kecepatan daya kendali ialah Efektifitas insektisida dalam mengendalikan hama yang diukur dengan seberapa cepat hama dapat dikendalikan setelah aplikasi insektisida
- b. Kemudahan memperoleh informasi ialah Kemudahan responden dalam mendapatkan informasi tentang merek insektisida
- c. Ketersediaan ialah Tersedianya produk insektisida sehingga dapat dijangkau oleh responden
- d. Promosi ialah Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan insektisida
- e. Harga ialah Sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh responden untuk merek insektisida

- f. Nama merek ialah Suatu nama, istilah yang melekat pada setiap merek insektisida yang menjadikan pembeda merek insektisida lainnya
- g. Kemasan ialah Suatu bahan yang membungkus produk suatu merek dan bertujuan untuk melindungi produk
- h. Kualitas label ialah Pemberian keterangan informasi pada produk insektisida
- i. Petunjuk pemakaian ialah Petunjuk yang diberikan oleh perusahaan dalam pemakaian insektisida didalam produknya
- j. Kepraktisan ialah Kemudahan penggunaan produk insektisida
- k. Keampuhan ialah Kemanjuran/kekuatan insektisida dalam mengendalikan hama yang diukur dengan seberapa lama hama tidak datang/muncul kembali.



### 3.4.2 Pengukuran Variabel

Tabel 3. Pengukuran Variabel

Atribut/ Variabel	Pengukuran Variabel	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Kecepatan daya kendali	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika hama terkendali dengan sangat cepat</p> <p>4 = penting jika hama terkendali dengan cepat</p> <p>3 = cukup penting jika hama terkendali dengan cukup cepat</p> <p>2 = tidak penting jika hama terkendali dengan lambat</p> <p>1 = sangat tidak penting jika hama terkendali dengan sangat lambat</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika hama terkendali dengan sangat cepat</p> <p>4 = baik jika hama terkendali dengan cepat</p> <p>3 = cukup baik jika hama terkendali dengan cukup cepat</p> <p>2 = tidak baik jika hama terkendali dengan lambat</p> <p>1 = sangat tidak baik jika hama terkendali dengan sangat lambat</p>
Kemudahan memperoleh informasi	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika sangat mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>4 = penting jika mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>3 = cukup penting jika cukup mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>2 = tidak penting jika sulit mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>1 = sangat tidak penting jika sangat sulit mendapat informasi dari pihak manapun</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika sangat mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>4 = baik jika mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>3 = cukup baik jika cukup mudah mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>2 = tidak baik jika sulit mendapatkan informasi dari pihak manapun</p> <p>1 = sangat tidak baik jika sangat sulit mendapat informasi dari pihak manapun</p>

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Atribut/ Variabel	Pengukuran Variabel	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Ketersediaan	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika produk sangat mudah diperoleh</p> <p>4 = penting jika produk mudah diperoleh</p> <p>3 = cukup penting jika produk cukup mudah diperoleh</p> <p>2 = tidak penting jika produk sulit diperoleh</p> <p>1 = sangat tidak penting jika produk sangat sulit diperoleh</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika produk sangat mudah diperoleh</p> <p>4 = baik jika produk mudah diperoleh</p> <p>3 = cukup baik jika produk cukup mudah diperoleh</p> <p>2 = tidak baik jika produk sulit diperoleh</p> <p>1 = sangat tidak baik jika produk sangat sulit diperoleh</p>
Promosi	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika perusahaan sangat sering melakukan promosi</p> <p>4 = baik penting perusahaan sering melakukan promosi</p> <p>3 = cukup penting jika perusahaan cukup sering melakukan promosi</p> <p>2 = tidak penting jika perusahaan pernah melakukan promosi</p> <p>1 = sangat tidak penting jika perusahaan tidak pernah melakukan promosi</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika perusahaan sangat sering melakukan promosi</p> <p>4 = baik jika perusahaan sering melakukan promosi</p> <p>3 = cukup baik jika perusahaan cukup sering melakukan promosi</p> <p>2 = tidak baik jika perusahaan pernah melakukan promosi</p> <p>1 = sangat tidak baik jika perusahaan tidak pernah melakukan promosi</p>
Harga	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika harga sangat tinggi</p> <p>4 = penting jika harga tinggi</p> <p>3 = cukup penting jika cukup tinggi</p> <p>2 = tidak penting jika harga rendah</p> <p>1 = sangat tidak penting jika harga sangat rendah</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika harga sangat tinggi</p> <p>4 = baik jika harga tinggi</p> <p>3 = cukup baik jika cukup tinggi</p> <p>2 = tidak baik jika harga rendah</p> <p>1 = sangat tidak baik jika harga sangat rendah</p>

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Atribut/ Variabel	Pengukuran Variabel	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Nama merek	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika nama merek sangat jelas dan sangat mudah diingat</p> <p>4 = penting jika nama merek jelas dan mudah diingat</p> <p>3 = cukup penting jika nama merek cukup jelas dan cukup mudah diingat</p> <p>2 = tidak penting jika nama merek tidak jelas dan sulit diingat</p> <p>1 = sangat tidak penting jika nama merek sangat tidak jelas dan sangat sulit diingat</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika nama merek sangat jelas dan sangat mudah diingat</p> <p>4 = baik jika nama merek jelas dan mudah diingat</p> <p>3 = cukup baik jika nama merek cukup jelas dan cukup mudah diingat</p> <p>2 = tidak baik jika nama merek tidak jelas dan sulit diingat</p> <p>1 = sangat tidak baik jika nama merek sangat tidak jelas dan sangat sulit diingat</p>
Kemasan	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika kemasan sangat tidak mudah rusak, bentuk dan warna sangat menarik</p> <p>4 = penting jika kemasan tidak mudah rusak, bentuk dan warna menarik</p> <p>3 = cukup penting jika kemasan cukup mudah rusak, bentuk dan warna cukup menarik</p> <p>2 = tidak penting jika kemasan mudah rusak, bentuk dan warna tidak menarik</p> <p>1 = sangat tidak penting jika kemasan sangat mudah rusak, bentuk dan warna sangat tidak menarik</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika kemasan sangat tidak mudah rusak, bentuk dan warna sangat menarik</p> <p>4 = baik jika kemasan tidak mudah rusak, bentuk dan warna menarik</p> <p>3 = cukup baik jika kemasan cukup mudah rusak, bentuk dan warna cukup menarik</p> <p>2 = tidak baik jika kemasan mudah rusak, bentuk dan warna tidak menarik</p> <p>1 = sangat tidak baik jika kemasan sangat mudah rusak, bentuk dan warna sangat tidak menarik</p>

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Atribut/ Variabel	Pengukuran Variabel	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
kualitas label	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika desain label sangat menarik dan informasi produk sangat jelas</p> <p>4 = penting jika jika desain label menarik dan informasi produk jelas</p> <p>3 = cukup penting jika desain label cukup menarik dan informasi produk cukup jelas</p> <p>2 = tidak penting jika desain label tidak menarik dan informasi produk tidak jelas</p> <p>1 = sangat tidak penting jika desain label sangat tidak menarik dan informasi produk sangat tidak jelas</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika desain label sangat menarik dan informasi produk sangat jelas</p> <p>4 = baik jika jika desain label menarik dan informasi produk jelas</p> <p>3 = cukup baik jika desain label cukup menarik dan informasi produk cukup jelas</p> <p>2 = tidak baik jika desain label tidak menarik dan informasi produk tidak jelas</p> <p>1 = sangat tidak baik jika desain label sangat tidak menarik dan informasi produk sangat tidak jelas</p>
Petunjuk pemakaian	<p>Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat penting jika petunjuk sangat jelas dan sangat mudah diingat</p> <p>4 = penting jika petunjuk jelas dan mudah diingat</p> <p>3 = cukup penting jika petunjuk cukup jelas dan cukup mudah diingat</p> <p>2 = tidak penting jika petunjuk tidak jelas dan sulit diingat</p> <p>1 = sangat tidak penting jika petunjuk sangat tidak jelas dan sangat sulit diingat</p>	<p>Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria:</p> <p>5 = sangat baik jika petunjuk sangat jelas dan sangat mudah diingat</p> <p>4 = baik jika petunjuk jelas dan mudah diingat</p> <p>3 = cukup baik jika petunjuk cukup jelas dan cukup mudah diingat</p> <p>2 = tidak baik jika petunjuk tidak jelas dan sulit diingat</p> <p>1 = sangat tidak baik jika petunjuk sangat tidak jelas dan sangat sulit diingat</p>

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

Atribut/ Variabel	Pengukuran Variabel	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Kepraktisan	Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria: 5 = sangat penting jika produk sangat mudah digunakan 4 = penting jika produk mudah digunakan 3 = cukup penting jika produk cukup mudah digunakan 2 = tidak penting jika produk sulit digunakan 1 = sangat tidak penting jika produk sangat sulit digunakan	Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria: 5 = sangat baik jika produk sangat mudah digunakan 4 = baik jika produk mudah digunakan 3 = cukup baik jika produk cukup mudah digunakan 2 = tidak baik jika produk sulit digunakan 1 = sangat tidak baik jika produk sangat sulit digunakan
Keampuhan	Skor tingkat kepentingan diberikan menurut kriteria: 5 = sangat penting jika merek insektisida sangat ampuh 4 = penting jika merek insektisida ampuh 3 = cukup penting merek insektisida cukup ampuh 2 = tidak penting jika merek insektisida tidak ampuh 1 = sangat tidak penting jika merek insektisida sangat tidak ampuh	Skor tingkat performan diberikan menurut kriteria: 5 = sangat baik jika merek insektisida sangat ampuh 4 = baik jika merek insektisida ampuh 3 = cukup baik merek insektisida cukup ampuh 2 = tidak baik jika merek insektisida tidak ampuh 1 = sangat tidak baik jika merek insektisida sangat tidak ampuh