

ANALISIS KEPUASAN PETANI TERHADAP BENIH JAGUNG HIBRIDA
(Studi Kasus Desa Sebet, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri)

Oleh
RIDWAN DONOVAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG

2016

ANALISIS KEPUASAN PETANI TERHADAP BENIH JAGUNG HIBRIDA
(Studi Kasus Desa Sebet, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri)

Oleh

RIDWAN DONOVAN

125040107111036

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

MALANG

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Penelitian : **ANALISIS KEPUASAN PETANI TERHADAP BENIH
JAGUNG HIBRIDA (Studi Kasus Desa Sebet, Kecamatan
Plemahan, Kabupaten Kediri)**

Nama : Ridwan Donovan

NIM : 125040107111036

Jurusan : Sosial Ekonomi

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Silvana Maulidah, SP., MP.
NIP. 19770309 200701 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP, MSi, Ph.D
NIP 19770402 200501 1 001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP.195403051981031005

Nur Baladina, SP.,MP.
NIP.198202142008012012

Penguji II

Silvana Maulidah, SP., MP.
NIP. 19770309 200701 2 001

Tanggal Lulus:

RINGKASAN

RIDWAN DONOVAN. 125040107111036. ANALISIS KEPUASAN PETANI TERHADAP BENIH JAGUNG HIBRIDA: Studi Kasus Desa Sebet, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Dibawah bimbingan Silvana Maulidah, SP., MP.

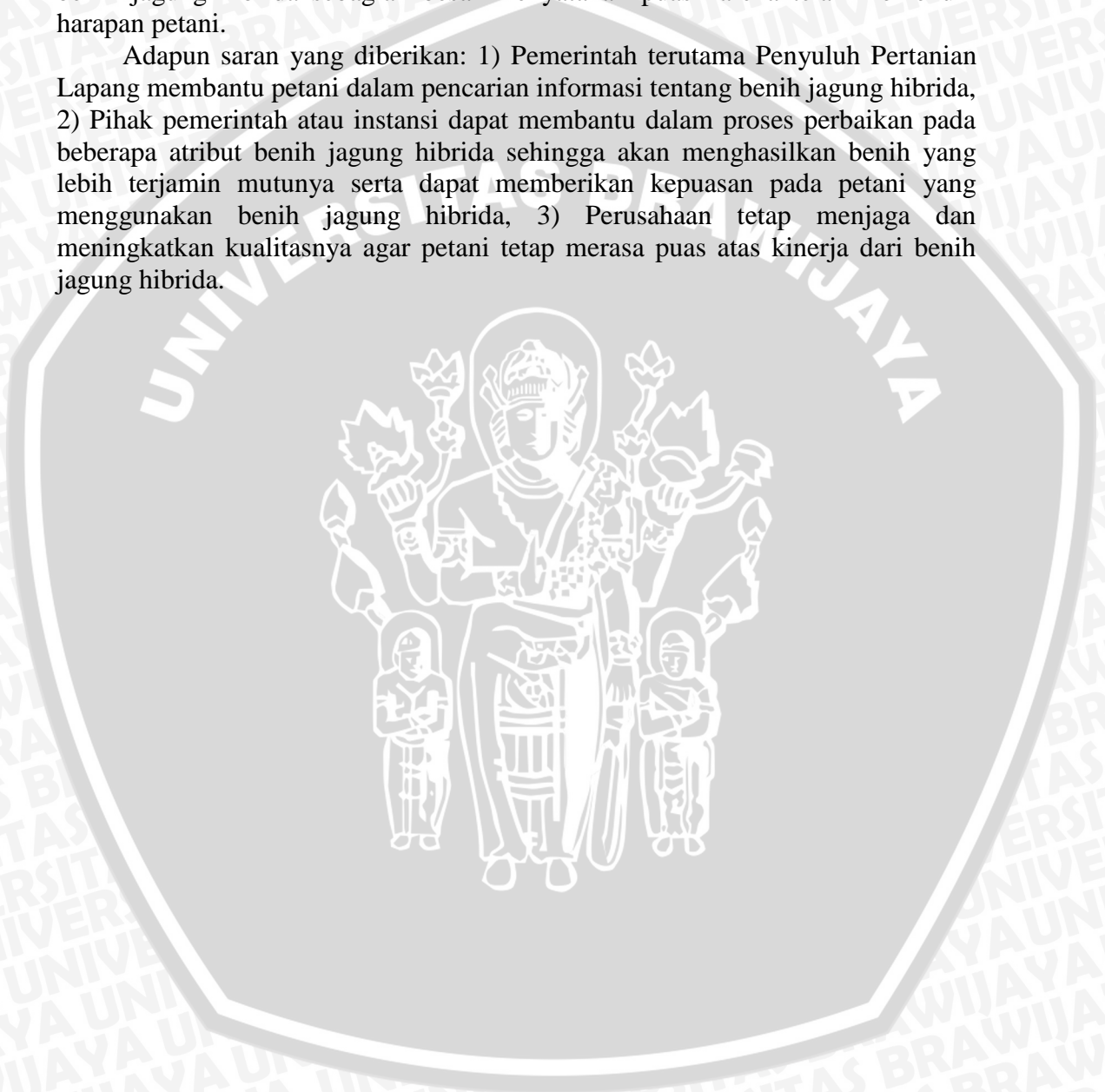
Jagung merupakan sumber karbohidrat kedua setelah beras dan pasokan bahan baku pakan ternak utama dalam pemenuhan ketahanan pangan masyarakat. Bahkan saat ini jagung merupakan bahan baku energi alternatif (biofuel) (Suryana, 2014). Permintaan terhadap jagung diperkirakan akan terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan usaha peternakan seperti unggas maupun ternak. Seiring dengan meningkatnya pengetahuan petani tentang benih unggul dan bemutu tinggi sehingga menuntut penangkar untuk menghasilkan varietas unggul dan benih yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu penangkar dan pemerintah setempat harus bekerjasama dalam peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang diharapkan oleh petani.

Adanya kebutuhan dan pengadaan serta distribusi benih telah mendorong munculnya tingkat persaingan industri benih di Indonesia. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk adalah preferensi dan persepsi konsumen itu sendiri. Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk seringkali dinilai berdasarkan sekumpulan kriteria yang berbeda karena tingkat kepentingan dan keterlibatan konsumen juga berbeda-beda. Kinerja yang baik dari sebuah produk akan memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang di pilih sesuai dengan persepsi yang konsumen miliki. Tingkat kepuasan konsumen pun dapat tercermin pada keputusan untuk membeli produk dan melakukan pembelian ulang terhadap produk saat persepsi konsumen sesuai dengan produk yang ditawarkan padanya. Perubahan cuaca yang tidak menentu serta banyaknya benih berlabel putih membuat petani semakin teliti dalam membeli benih. Tujuan dari penelitian adalah 1) Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan petani terhadap penggunaan benih jagung hibrida di Desa Sebet Kabupaten Kediri, 2) Menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut benih jagung hibrida di Desa Sebet Kabupaten Kediri; 3) Menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap atribut-atribut benih jagung hibrida di Desa Sebet Kabupaten Kediri.

Hasil dari penelitian adalah: 1) Proses pengambilan keputusan responden terhadap pembelian benih jagung hibrida menunjukkan bahwa yang menjadi motivasi petani untuk menanam benih jagung hibrida karena hasil produksi yang tinggi. Petani mengetahui informasi benih jagung hibrida dan sumber yang dipercaya untuk penggunaan benih berasal dari teman/rekan sesama petani dan diri sendiri. Atribut yang dijadikan pertimbangan untuk pembelian dan penggunaan benih jagung hibrida yaitu atribut hasil produksi. Apabila harga benih jagung hibrida mengalami kenaikan maka sebagian besar tetap membeli benih tersebut sebab responden mempercayai kinerja benih yang baik. Sebagian besar responden merasa puas terhadap hasil panen dari benih jagung hibrida; 2) Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa atribut yang memuaskan petani adalah pada kuadran II karena antara tingkat

kepentingan dan tingkat kinerja tinggi sehingga atribut masa kadaluarsa, merek dan sertifikasi benih harus dipertahankan, sedangkan atribut yang perlu diperbaiki karena memiliki kinerja rendah tetapi memiliki tingkat kepentingan yang tinggi antara lain kualitas jagung, harga benih tahan hama dan penyakit. Atribut yang ada pada kuadran I harus menjadi prioritas utama dalam memperbaiki kinerjanya sehingga kepuasan petani pada atribut ini akan terpenuhi; 3) Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), responden yang menggunakan benih jagung hibrida sebagian besar menyatakan puas karena telah memenuhi harapan petani.

Adapun saran yang diberikan: 1) Pemerintah terutama Penyuluh Pertanian Lapangan membantu petani dalam pencarian informasi tentang benih jagung hibrida, 2) Pihak pemerintah atau instansi dapat membantu dalam proses perbaikan pada beberapa atribut benih jagung hibrida sehingga akan menghasilkan benih yang lebih terjamin mutunya serta dapat memberikan kepuasan pada petani yang menggunakan benih jagung hibrida, 3) Perusahaan tetap menjaga dan meningkatkan kualitasnya agar petani tetap merasa puas atas kinerja dari benih jagung hibrida.



SUMMARY

RIDWAN DONOVAN. 125040107111036. ANALYSIS OF FARMER SATISFACTION TO HYBRID CORN SEED: Case Studi in Sebet Village, Plemahan Distric, Kediri Distric. Under Guaidance Silvana Maulidah, SP., MP.

Corn is the second carbohydrate source after rice and raw material supply main fodder in the fulfillment of community food security. Even today corn is the raw material of alternative energy (biofuels) (Suryana, 2014). The demand for corn is expected to continue to increase in line with the growth of population and development efforts, such as poultry and livestock farms. Along with the increase in their knowledge of superior and good-quality seeds that requires breeders to produce varieties and high quality seed. Therefore, breeders and local authorities must work together in improving the quality and quantity of products expected by the farmers.

Their needs and procurement and distribution of seeds has encouraged the rise of the level of competition in the Indonesian seed industry. Factors that influence consumer decisions in choosing a product is a consumer preference and perception itself. Consumer perceptions of the quality of a product is often judged on a set of different criteria for the level of interest and involvement of consumers also vary. The good performance of a product will provide satisfaction for users. Consumers will be satisfied if the products are selected according to the perception that consumers have. Level of customer satisfaction can be reflected in the decision to purchase the product and re-purchase of the product when the consumer perception according to the products offered to him. Unpredictable weather changes and the number of white labeled seeds makes farmers more careful in buying seed. The purpose of the study is 1) Identify the decision-making process of farmers to use hybrid corn seed in the Village Sebet Kediri, 2) to analyze the level of interest and performance attributes of hybrid corn seed in the Village Sebet Kediri; 3) to analyze the level of satisfaction of farmers on seed corn attributes hibridadi Sebet village Kediri.

Results of the study are: 1) The decision making process responden towards the purchase of hybrid corn seed showed that motivates farmers to plant hybrid corn seeds because of high production yields. The farmer knows the hybrid corn seed information and sources believed to use the seeds came from a friend / fellow farmers and myself. Attributes are taken into consideration for the purchase and use of hybrid corn seed production that attribute. If the price of hybrid maize seed increases then remained largely buy the seeds because the respondents trust the performance of a good seed. Most of the respondents are satisfied with the yield of hybrid corn seed; 2) Based on the Importance Performance Analysis (IPA) indicates that the attributes that satisfy the farmer is in quadrant II because of the level of interest and the level of performance that attribute expiration, brands and certification of seeds should be maintained, while the attributes that need to be fixed because it has low performance but have a high level of importance among others, the quality of maize, the price of seeds resistant to pests and diseases. The attributes of the quadrant should be a top priority to improve performance so that the farmer satisfaction in this attribute will be fulfilled; 3) Based on calculations Customer Satisfaction Index (CSI), respondents who use hybrid corn seeds largely satisfied because it has met the expectations of farmers.

The advice given: 1) The government mainly Agricultural Extension Field assist farmers in search of information about hybrid corn seeds, 2) the government or agency can assist in the process of improvement in some of the attributes of hybrid corn seeds that will produce seeds that are more assured quality and can provide satisfaction of the farmers using hybrid corn seeds, 3) the Company while maintaining and improving its quality so that farmers continue to feel satisfied with the performance of hybrid corn seed.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian ini dengan baik tentang **“Analisis Kepuasan Petani Terhadap Benih Jagung Hibrida: Studi Kasus Desa Sebet, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri”**. Penelitian Skripsi merupakan salah satu prasyarat dalam kelulusan. Penyusunan penelitian skripsi ini juga merupakan salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana dalam masa studi penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat bermanfaat bagi penulis. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas penyertaan dan kasih-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan.
2. Kepada Keluarga yang telah memberikan dukungan yang tidak terkira.
3. Kepada dosen pembimbing Silvana Maulidah, SP., MP. yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga dapat terselesaikannya Skripsi.
4. Kepada dosen penguji Ir. Heru Santoso H.S, SU dan Nur Baladina, SP.MP yang telah menguji dan memberikan saran untuk skripsi.
5. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Yugo Indah Pertiwi dan Alvian serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan bantuan, motivasi dan perhatiannya dalam penyusunan skripsi.
6. Serta seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dan tidak dapat penulis sebut namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, Agustus 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan dari pasangan Benyamin Franklin Nababan dan Nurmala Parhusip di Bekasi, Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi pada tanggal 14 Maret 1994. Penulis merupakan anak bungsu dari dua bersaudara dengan kakak bernama Yandri Yunan Parulian. Pendidikan penulis dimulai dari TK Santa Lusia Bojong Menteng, kemudian SD Santa Lusia Bojong Menteng, kemudian SMP Santa Lusia Bojong Menteng, kemudian melanjutkan ke sekolah menengah atas yaitu SMA YADIKA 8 Jatimulya. Pada masa-masa sekolah penulis aktif dalam kegiatan organisasi Pramuka dan ekstrakurikuler olah raga yang turut menempa diri penulis menjadi lebih produktif.

Penulis masuk ke Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis melalui program SPMK pada tahun 2012. Di perkuliahan penulis pernah tergabung dalam organisasi intra kampus yaitu PERMASETA, penulis juga turut dalam kepanitiaan-kepanitaan di Fakultas Pertanian terutama yang diselenggarakan oleh PERMASETA. Selain itu penulis pernah menjadi asisten praktikum Lab KPM yaitu sosiologi pertanian dimulai pada semester 3 dan semester 8.

Saat ini penulis sedang melakukan studi akhir pada semester 8 di Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Kota Malang.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Perilaku Konsumen.....	9
2.2.1 Definisi Konsumen	9
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.2.3 Perilaku Pembelian.....	10
2.2.4 Preferensi Konsumen.....	11
2.3 Tinjauan Pengambilan Keputusan.....	12
2.3.1 Proses Keputusan Pembelian	12
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.4 Tinjauan Kepuasan Konsumen	19
2.4.1 Konsep dan Pengertian Kepuasan.....	19
2.4.2 Kepuasan Konsumen	21
III. KERANGKA TEORITIS	24
3.1 Kerangka Pemikiran.....	24
3.2 Hipotesis	26
3.3 Batasan Masalah	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
IV. METODE PENELITIAN	40
4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40

4.2 Metode Penentuan Responden	40
4.3 Metode Pengumpulan Data	41
4.3.1 Data Primer	41
4.3.2 Data Sekunder	41
4.4 Metode Analisis Data	41
4.4.1 Analisis Deskriptif	41
4.4.2 Analisis Kuantitatif	42
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
5.1.1 Keadaan Geografis	48
5.1.2 Tata Guna Lahan	48
5.1.3 Keadaan Penduduk	49
5.2 Karakteristik Responden	49
5.2.1 Usia	49
5.2.2 Status Pernikahan	50
5.2.3 Tingkat Pendidikan	50
5.2.4 Tingkat Pendapatan	51
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
5.3.1 Uji Validitas	53
5.3.2 Uji Reliabilitas	54
5.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Benih Jagung Hibrida	55
5.4.1 Pengenalan Kebutuhan	55
5.4.2 Pencarian Informasi	57
5.4.3 Evaluasi Alternatif	58
5.4.4 Keputusan Pembelian dan Penggunaan	59
5.4.5 Hasil	60
5.5 Analisis Kepuasan	63
5.5.1 Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dengan Metode IPA	63
5.5.2 Analisis Kepuasan dengan Metode CSI	69
VI. PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.	Proses Pembelian Konsumen	15
3.	Tingkat Kepuasan Konsumen	21
4.	Skema Kerangka Pemikiran	25
5.	Diagram Kartesius (<i>Important and Performance Analisis</i>).....	45
6.	<i>Importance Analysis Matrix</i> Benih Jagung Hibrida	65



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Jagung di Jawa Timur, Jawa dan Nasional, Tahun 2011-2015.	2
2.	Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida.....	27
3.	Indikator Tingkat Kinerja Atribut Benih Jagung Hibrida	35
4.	Penggunaan Lahan Menurut Luasnya di Desa Sebet, Tahun 2015	48
5.	Komposisi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Sebet, Tahun 2015	49
6.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Umur di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	50
7.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Status Pernikahan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016.....	50
8.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	51
9.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Tingkat Pendapatan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016.....	51
10.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Pengalaman Bertani di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016.....	52
11.	Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	52
12.	Hasil Uji Validitas Pada Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	54
13.	Hasil Uji Reliabilitas	54
14.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Motivasi Menanam Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	56

15.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Pentingnya Menggunakan Benih Jagung Hibrida Bersertifikat di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	57
16.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	58
17.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Atribut yang Paling Dipertimbangkan Untuk Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	58
18.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Tempat Petani Membeli Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	59
19.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Kebutuhan Benih Jagung Hibrida Permusim Tanam di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	60
20.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Evaluasi Pasca Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	61
21.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Pihak yang Berpengaruh Dalam Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	61
22.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Ketersediaan Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	62
23.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Perasaan Jika Tidak Membeli Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	62
24.	Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Kepuasan Responden Terhadap Kinerja Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	63
25.	Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> benih jagung hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016.....	66
26.	Perhitungan <i>Customers Satisfaction Index (CSI)</i> Responden di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016	70

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perhitungan Penentuan Sampel.....	76
2.	Kuisioner Penelitian.....	80
3.	Karakteristik Petani Responden.....	96
4.	Data Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Petani Terhadap Benih Jagung Hibrida.....	97
5.	Data Tingkat Kepentingan Petani Terhadap Atribut Benih Jagung Hibrida.....	98



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya angka pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia merupakan salah satu tantangan berat yang harus dihadapi oleh sektor pertanian karena dengan penambahan penduduk, pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli pasar, dan perubahan selera masyarakat maka permintaan pangan akan semakin meningkat dalam jumlah, mutu dan keragamannya. Jagung merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional hal tersebut terlihat dari kebijakan pemerintah yang menjadikan jagung sebagai target salah satu swasembada pangan pada tahun 2017. Jagung memiliki peranan dalam pangan, yaitu sebagai sumber karbohidrat kedua setelah beras dan pasokan bahan baku pakan ternak utama dalam pemenuhan ketahanan pangan masyarakat. Bahkan saat ini jagung merupakan bahan baku energi alternatif (biofuel) (Suryana, 2014). Permintaan terhadap jagung diperkirakan akan terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan usaha peternakan seperti unggas maupun ternak.

Permintaan jagung yang semakin meningkat membuat petani membutuhkan benih yang bermutu dalam budidaya jagung. Penggunaan benih bermutu akan mengurangi risiko gagalnya dalam budidaya karena benih yang bermutu mampu tumbuh dengan baik pada kondisi lahan yang kurang baik, bebas dari serangan hama dan penyakit terbawa benih (*seed born disease*). Produksi jagung yang dihasilkan di Indonesia dari data BPS disajikan pada Tabel 1. Berdasarkan data luas areal panen, produktivitas, dan produksi jagung di Indonesia menunjukkan bahwa laju pertumbuhan produksi jagung di Indonesia sangat berfluktuasi. Penyebab fluktuasinya produksi jagung diakibatkan adanya penurunan luas areal, sehingga menyebabkan laju pertumbuhannya turun. Selain itu kondisi lahan pertanian mengalami penurunan dan deselerasi yang sehingga lahan mengalami ketidakmampuan dalam menghasilkan produksi yang optimal. Lahan pertanian semakin jenuh dengan pengolahan intensif seperti intensitas penggunaan pupuk kimia yang tinggi, tidak adanya rotasi penanaman dan tidak adanya masa istirahat sehingga menyebabkan penurunan kesuburan tanah serta

produktivitas tanah menurun, selain itu perubahan cuaca yang tidak dapat diprediksi juga menyebabkan permasalahan dalam kegiatan produksi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Jagung di Jawa Timur, Jawa dan Nasional, Tahun 2011-2015

Tahun	Luas Areal Panen (Ha)	Produktivitas (ton/Ha)	Produksi (Ton)
2011	1.204.063	45.21	5.443.705
2012	1.232.523	51.08	6.295.301
2013	1.199.544	48.03	5.760.959
2014	1.202.300	47.72	5.737.382
2015	1.213.654	50.52	6.131.163

Sumber: BPS, 2016

Produksi jagung di Provinsi Jawa Timur dapat dilihat pada tabel 1 tahun 2014 sebesar 5,74 juta ton pipilan kering atau mengalami penurunan sebesar 23,58 ribu ton (-0,41%) dibanding tahun 2013. Turunnya produksi ini disebabkan menurunnya produktivitas sebesar 0,31 kuintal/hektar (0,65%) dari 48,03 kuintal/hektar menjadi 47,72 kuintal/hektar dan beberapa kabupaten mengalami penurunan produksi, antara lain; Kabupaten Ponorogo terjadi perpindahan pola tanam dari jagung ke tanaman padi dan kedelai, produktivitas jagung mengalami penurunan karena ketersediaan pupuk (Urea, SP 36, dan ZA) pada saat dibutuhkan oleh petani tidak tersedia, di Kabupaten Malang terjadi perpindahan pola tanam dari Jagung ke tanaman Tebu (BPS Provinsi Jawa Timur, 2015).

Seiring dengan meningkatnya pengalaman dan pengetahuan petani terhadap benih unggul dan bemutu tinggi sehingga menuntut penangkar untuk menghasilkan varietas unggul dan benih yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu penangkar dan pemerintah seharusnya bekerjasama dalam peningkatan baik kualitas maupun kuantitas produk yang diharapkan oleh petani. Pemerintah dan penangkar harus mengetahui apa yang diinginkan oleh petani, seperti harapan petani akan hasil produksi, oleh karena itu penting bagi perusahaan dan pemerintah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan terhadap hasil dari benih yang digunakan oleh petani.

Mengukur tingkat kepuasan merupakan sesuatu yang penting dilakukan, karena dengan mengetahui tingkat kepuasan akan meningkatkan kinerja produk yang ada dipasaran. Selain itu penangkar harus mengetahui mengenai preferensi,

hal ini perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen atau petani.

Adanya kebutuhan dan pengadaan serta distribusi benih telah mendorong munculnya tingkat persaingan industri benih di Indonesia. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk adalah preferensi dan persepsi konsumen itu sendiri. Preferensi konsumen dalam hal ini sangat menentukan sikap petani terhadap produk yang ditawarkan kepadanya. Semakin baik penilaian terhadap produk yang dimaksud, memungkinkan hasil kinerja yang baik untuk produk itu sendiri.

Persepsi konsumen terhadap kualitas dari suatu produk seringkali dinilai berdasarkan berbagai macam kriteria yang berbeda sebab tingkat kepentingan menurut konsumen dan keterlibatan konsumen juga berbeda-beda. Penilaian konsumen terhadap kualitas suatu produk cenderung didasari oleh faktor-faktor yang mereka asosiasikan dengan produk tersebut. Faktor tersebut bersifat instrinsik yaitu karakteristik produk seperti ukuran, rasa atau aroma, warna, dan faktor ekstrinsik seperti citra merek, harga, citra toko, dan pesan promosi yang disampaikan melalui iklan, seperti media cetak dan media elektronik (Fandy, 1997).

Kinerja yang baik dari sebuah produk akan memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang di pilih sesuai dengan persepsi yang konsumen miliki. Tingkat kepuasan konsumen pun dapat tercermin pada keputusan untuk membeli produk dan melakukan pembelian ulang terhadap produk saat persepsi konsumen sesuai dengan produk yang ditawarkan padanya. Kepuasan konsumen terhadap sebuah produk dapat meningkatkan volume penjualan produk itu dan akhirnya berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Oleh sebab itu, masalah kepuasan berdasarkan persepsi konsumen menjadi hal yang penting dan perlu mendapat perhatian perusahaan.

Saat tingkat kepuasan dapat diketahui dalam arti dapat diukur kesesuaiannya antara yang dapat diciptakan perusahaan dan yang diinginkan konsumen, maka akan lebih mudah untuk melakukan pengendalian. Tingkat kepuasan terhadap produk dalam proses produksi perlu dilakukan pengendalian secara terus menerus untuk dapat mendeteksi ketidaknormalan secara cepat sehingga dapat dilakukan

tindakan perbaikan yang diperlukan sebelum timbul pandangan bahwa produk tidak sesuai berdasarkan persepsi yang dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen.

Untuk melakukan analisis terhadap produk diperlukan sampel sebagai sumber informasi. Salah satu daerah di Indonesia yang potensial atas permintaan benih tanaman jagung adalah Kabupaten Kediri yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Mayoritas penduduk di Kabupaten Malang bekerja di sektor pertanian yang merupakan salah satu sektor andalan dalam perekonomian Kabupaten Kediri. Menurut BMKG terjadi perubahan cuaca yang tidak menentu dan perubahan iklim di Kediri, sehingga mengkhawatirkan petani dalam budidaya jagung. Perubahan cuaca yang ekstrim dapat menimbulkan berbagai macam hama dan penyakit. Menurut Dinas Pertanian dan Perkebunan, sebagian besar wilayah Kabupaten Kediri merupakan salah satu sentra produsen jagung di Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan uraian itu, maka perlu dilakukan analisis terhadap benih jagung berdasarkan preferensi dan kepuasan petani di Kabupaten Kediri.

1.2 Rumusan Masalah

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia, jagung memiliki peranan yang sangat strategis dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, kekurangan ketersediaan stok jagung harus diantisipasi, salah satunya dengan memanfaatkan banyaknya lahan yang banyak tersedia di Indonesia. Pengusahaan jagung secara intensif dan didukung dengan ketersediaan lahan dan faktor produksi lainnya diharapkan mampu menambah suplai jagung nasional dan dapat meningkatkan produksi serta pendapatan petani.

Kabupaten Kediri mempunyai sumbangsih cukup tinggi dalam penyediaan stok pangan nasional di Jawa Timur. Varietas unggulan merupakan salah satu komponen teknologi budidaya yang paling mudah diadopsi petani dan peranannya dalam peningkatan produksi hasil pertanian. Tingginya tingkat adopsi petani terhadap varietas unggul, khususnya varietas unggul jagung tercermin dari gigihnya upaya petani mencari benih varietas unggul dan bermutu tinggi. Dalam hal ini mutu benih terdiri dari banyak atribut atau sifat benih. Sifat-sifat benih mencakup kebenaran varietas, viabilitas, vigor, kerusakan mekanis, infeksi

menyakit, dan lain-lain. Dengan penggunaan benih unggul dan bermutu ini petani akan merasa puas karena hasil produksi yang diperoleh cukup tinggi, tetapi pada saat ini sebagian petani menghadapi permasalahan dari aspek input produksi adalah tingginya harga dan kelangkaan input produksi, salah satu input yang berperan penting adalah benih dan pupuk. Maka tidak sedikit petani yang lebih memilih menggunakan benih hasil budidaya mereka sendiri dibandingkan dengan menggunakan benih berlabel yang diproduksi perusahaan benih. Benih tersebut didapat dari produksi jagung musim sebelumnya. Petani menganggap harga benih berlabel relatif lebih mahal, sehingga mereka menggunakan benih hasil sendiri. Selain menghemat biaya, benih lebih mudah didapatkan dan hasilnya dapat dilihat dari produksi di musim sebelumnya.

Sebagian petani di Kabupaten Kediri menanam jagung dengan berbagai varietas seperti varietas DK 85, DK 95, varietas Super Hibrida BISI 18 dan lain-lain. Seiring berjalan waktu petani jagung pada saat ini semakin selektif dalam penggunaan benih unggul dan bermutu tinggi sehingga permintaan akan benih bersertifikat semakin meningkat. Hal ini menuntut produsen untuk menyediakan produk/benih yang sesuai keinginan konsumen/petani. Oleh karena itu untuk memenuhi harapan petani maka langkah awal yang harus dilakukan oleh pihak produsen adalah pengetahuan mengenai perilaku konsumen. Pengetahuan mengenai preferensi perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen atau petani. Sedangkan pengetahuan tentang kepuasan perlu diketahui agar dapat meningkatkan kinerja produk yang dinilai konsumen masih kurang memuaskan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan petani terhadap penggunaan benih jagung di Desa Sebet Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana tingkat kepentingan atribut-atribut produk benih jagung hibrida menurut petani di Desa Sebet Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana kepuasan petani terhadap atribut-atribut produk benih jagung di Desa Sebet Kabupaten Kediri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan petani terhadap penggunaan benih jagung hibrida di Desa Sebet Kabupaten Kediri.
2. Menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut benih jagung hibrida di Desa Sebet Kabupaten Kediri.
3. Menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap atribut-atribut benih jagung di Desa Sebet Kabupaten Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis berharap dapat memberikan informasi dan manfaat yaitu:

1. Menambah wawasan kepada pembaca.
2. Informasi untuk petani tentang kinerja dari atribut benih jagung hibrida.
3. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengoptimalkan atribut benih jagung hibrida.
4. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan subsektor pangan.
5. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang komoditi jagung.

II. TINJUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Kajian beberapa penelitian terdahulu untuk membantu dalam memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian sejenis yang akan dilakukan. Seperti penentuan atribut, indikator, serta alat analisis. Berikut adalah penelitian terdahulu sesuai dan relevan dengan topik penelitian:

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Subekti (2009) mengenai analisis proses pengambilan keputusan dan kepuasan petani terhadap benih jagung varietas P12 menggunakan *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Customers Satisfaction Index* (CSI). Hasil analisis tahap proses pengambilan keputusan petani terhadap pembelian benih jagung hibrida varietas P12 menunjukkan bahwa motivasi utama petani dalam pembelian benih jagung hibrida varietas P12 karena produksi jagung yang tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen (CSI) petani responden secara keseluruhan menyatakan kinerja PT Pioneer Seed telah memenuhi harapan petani yang menunjukkan bahwa pada atribut yang memuaskan petani berada pada kuadran II. Hal ini dikarenakan karena tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sangat tinggi, oleh karena itu atribut-atribut tersebut harus di pertahankan. Sedangkan yang perlu diperbaiki karena memiliki kinerja yang rendah antara lain harga dan ketersediaan benih jagung P12, atribut yang berada pada kuadran I ini harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan untuk memperbaiki kinerjanya sehingga kepuasan petani pada atribut ini akan terpenuhi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2008) tentang analisis sikap dan kepuasan petani jagung lokal terhadap benih jagung hibrida di Kabupaten Kediri, Jawa Timur menggunakan alat analisis sikap adalah model multiatribut *Fishbein*, sedangkan untuk menganalisis kepuasan menggunakan *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Hasil proses keputusan pembelian menunjukkan bahwa petani jagung di Kabupaten Kediri memiliki motivasi dalam bertani jagung karena turun temurun dari ayah maupun kakek mereka. Mereka menyadari bahwa penggunaan benih varietas unggul sangatlah penting karena dengan menggunakan varietas unggul hasil panen akan lebih bagus atau

meningkat. Informasi yang dibutuhkan petani tentang benih varietas adalah kualitas benih, harga benih tidak terlalu menjadi pertimbangan. Varietas yang menjadi pertimbangan petani adalah varietas IR 64, Ciherang, Memberamo, Ciboga, Cilamaya dan Intani. Secara keseluruhan petani responden puas terhadap pembelian dan mereka tetap akan membeli jika harga mengenai kenaikan. Jika tidak tersedia di tempat biasa membeli, petani akan mencari di tempat lain.

Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis*, atribut-atribut yang dirasakan oleh petani memiliki kinerja yang rendah adalah harga GKG, umur tanaman, tahan hama penyakit dan tahan rebah. Sedangkan atribut-atribut yang memiliki kinerja yang baik adalah produktivitas, pemasaran hasil panen, rasa nasi, ketersediaan dan harga benih. Berdasarkan hasil *Customer Satisfaction Index*, menunjukkan bahwa petani puas terhadap kinerja atribut-atribut varietas unggul. Berdasarkan hasil model multiatribut *Fishbein*, petani lebih menyukai varietas Memberamo daripada Ciherang dan IR-64.

Irawati (2009) melakukan penelitian tentang analisis sikap dan kepuasan petani padi terhadap benih padi (*Oriza sativa*) varietas unggul di Kota Solok, Sumatera Barat. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif, *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Berdasarkan hasil yang diperoleh dengan menggunakan analisis deskriptif petani lebih banyak perempuan, sebagian besar berumur 41-50 tahun, tingkat pendidikan terakhir adalah SD, dan pada umumnya memiliki lima orang anak. Penggunaan benih varietas unggul sangat penting. Petani di kota Solok yang lebih banyak dipilih adalah Cisokan dan Anak Daro. Varietas ini lebih banyak di pilih karena rasa nasi yang enak dan harga gabah yang tinggi. Hasil analisis sikap yang diperoleh diketahui Anak Daro dan Cisokan memiliki atribut tingkat kinerja tinggi dan kepentingan tinggi sedangkan untuk tingkat kepuasannya, semua varietas berada pada kategori puas.

Anggraini (2013) melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis*, *Customer Satisfaction Index* dan *Structural equation models* (SEM). Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung berada pada level sangat puas dengan

nilai indeks kepuasan (CSI) sebesar 81,68%, dan konsumen termasuk konsumen yang loyal. Bauran pemasaran tidak berpengaruh secara nyata terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen Gulaku di KotaBandar Lampung. Hal tersebut karena nilai yang diterima oleh konsumen dari keempat variabel bauran pemasaran tidak secara nyata/langsung. Oleh karena itu, diharapkan pihak Sugar Group Company dapat melakukan perbaikan terhadap atribut bauran pemasaran Gulaku, seperti atribut harga, kemudahan memperoleh produk Gulaku, layanan konsumen dan promo penjualan yang dianggap masih belum memuaskan, agar pada masa yang akan datang semakin banyak konsumen yang merasa puas dan tetap setia menggunakan Gulaku.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat kesamaan dalam komoditas benih palawija jagung yang digunakan pada penelitian Subekti. Penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kesamaan metodologi penilitan dengan penilitan yang dilakukan oleh Irawati dan Fahmi, hanya saja terdapat perbedaan komoditas benih yang diteliti yaitu benih jagung hibridadengan benih jagung hibrida. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menganalisis preferensi dan kepuasan petani terhadap benih jagung hibrida secara keseluruhan yang beredar atau dipasarkan di Kabupaten Kediri.

2.2 Tinjauan Perilaku Konsumen

2.2.1 Definisi Konsumen

Menurut undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pengertian konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik dari segi kepentin gan diri sendiri, keluarga orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut Sumarwan (2002) istilah konsumen dikategorikan menjadi dua jenis konsumen yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu merupakan konsumen yang membeli jasa atau barang untuk digunakan sendiri, sedangkan konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli jasa atau barang untuk menunjang kegiatan organisasi. Konsumen individu dan konsumen organisasi memiliki posisi yang sama pentingnya, sebab kedua konsumen tersebut sama-sama memberikan sumbangan

yang penting bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, tanpa konsumen individu jasa atau barang yang dihasilkan perusahaan tidak mungkin bisa laku dijual, begitupun sebaliknya.

2.2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen yang didefinisikan dalam Sumarwan (2004) sebagai suatu perilaku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan suatu jasa atau barang yang konsumen harapkan akan memuaskan dan memenuhi kebutuhan mereka. Sedangkan menurut Engel, et al (1994), definisi perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan suatu jasa dan barang, termasuk proses dalam penentuan keputusan yang mendahului yang diikuti dengan tindakan. Proses pembelian suatu jasa atau barang oleh konsumen dimulai ketika suatu kebutuhan mulai menyadari dan mengenali, kemudian timbul suatu kebutuhan tersebut yang dapat dipicu oleh rangsangan internal seperti rasa lapar, haus, dan lain-lain. Rangsangan eksternal juga akan muncul seperti pengaruh dari promosi berbagai sumber. Rangsangan eksternal merupakan kebutuhan yang ditimbulkan oleh dorongan internal.

Setelah konsumen menyadari adanya suatu kebutuhan terhadap suatu jasa atau barang maka kemungkinan konsumen akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Menurut Kotler (1997), sumber informasi dapat diperoleh dari empat sumber yaitu sumber pribadi (keluarga, teman dan tetangga); sumber komersial (tenaga penjual, iklan dan pedagang perantara); sumber umum (media massa dan organisasi); dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan dan penggunaan produk). Konsumen akan memusatkan perhatiannya terhadap ciri atau atribut dari suatu jasa atau barang tersebut. Selain atribut suatu jasa atau barang yang memengaruhi tahap pencarian adalah situasi, lingkungan dan konsumen itu sendiri (Engel et al, 1995).

2.2.3 Perilaku Pembelian

Bidang perilaku konsumen memeperelajari bagaimana suatu individu, kelompok, dan organisasi untuk menentukan, membeli dan membuang barang, jasa, serta gagasan dan pengalaman dalam upaya memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen. Konsumen menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka

namun bertindak tidak sesuai dengan pernyataan mereka. Hal ini dapat mempengaruhi dalam mengubah pemikiran konsumen pada menit-menit terakhir. Sehingga penting bagi produsen untuk mengetahui keinginan, kebutuhan, persepsi, preferensi dan perilaku pembelian pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian terbagi menjadi 4 yaitu faktor pribadi, faktor sosial, faktor kultural dan faktor psikologis. Menurut Kotler dan Armstrong (1995) faktor kultural berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, peran kultur, sub kultur dan kelas sosial pembeli. Tidak semua sifat produk diutamakan dan dibandingkan oleh konsumen, pada dasarnya sifat yang biasanya dibandingkan dengan suatu produk dengan produk lainnya adalah merek. Hal ini disebabkan oleh budaya dari konsumen bersangkutan yang terdapat didalam kebudayaan tersebut. Faktor sosial terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status. Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang berpengaruh paling banyak.

Faktor pribadi merupakan keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia, kepribadian, gaya hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan konsep pribadi konsumen. Faktor psikologis dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi, motivasi, serta kepercayaan dan pendirian. Konsumen yang termotivasi oleh keinginan dan kebutuhan, jika suatu kebutuhan tidak dapat terpenuhi maka hal itu akan menimbulkan suatu dorongan untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

2.2.4 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah salah satu bagian dari perilaku konsumen. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pendapat konsumen suka atau tidak suka terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang akan dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 2000). Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Preferensi konsumen berhubungan dengan harapan dari konsumen terhadap suatu produk yang disukainya. Harapan konsumen terhadap suatu produk diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas dari suatu produk (barang dan jasa) dan kepuasan dari konsumen (Tjiptono, 2002).

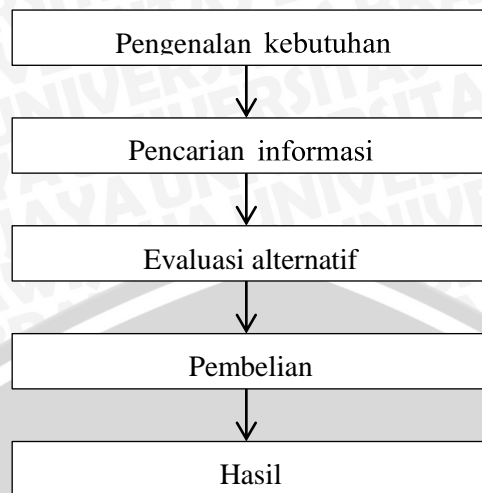
Menurut Kotler (2000) pada tahap evaluasi alternatif terbentuknya preferensi konsumen atas merek dalam beberapa pilihan. Preferensi konsumen untuk suatu merek tertentu akan meningkat jika ada konsumen lain yang menyukai merek yang sama. Evaluasi alternatif merupakan tahap konsumen dalam mengevaluasi pilihan yang kegunaannya diharapkan, kemudian menyempitkan beberapa pilihan hingga alternatif yang dipilih. Teori preferensi konsumen digunakan agar dapat menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Suatu produk merupakan kumpulan dari atribut-atribut dan setiap produk, baik barang maupun jasa dapat dideskripsikan dengan menyebutkan atributnya. Bagi konsumen atribut dari suatu produk dapat penilaian tersendiri terhadap suatu produk. Konsumen melakukan evaluasi dengan menilai atribut suatu produk dan konsumen akan memberikan kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki oleh suatu produk.

2.3 Tinjauan Pengambilan Keputusan

2.3.1 Proses Keputusan Pembelian

Schiffman dan Kanuk (2003) mendefinisikan keputusan konsumen sebagai pemilihan dari suatu tindakan atau lebih yang terdapat alternative pilihan. Konsumen yang hendak melakukan pilihan maka konsumen harus memiliki pilihan alternatif. Terdapat empat jenis perspektif model tingkah laku keputusan dari seorang individu, yaitu manusia ekonomi (*economic man*), manusia pasif (*passive man*), manusia kognitif (*cognitive man*), dan manusia emosional (*emotial man*). Model ini menjelaskan seorang individu dalam berperilaku seperti apa yang mereka lakukan.

Proses pembelian dimulai ketika konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Menurut Griffin dan Ebert (2003) sadarnya konsumen akan kebutuhan terjadi ketika konsumen memiliki kesempatan untuk mengubah kebiasaan dalam mengkonsumsi suatu produk. Terdapat lima tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang bersifat mental dan fisik yang ditunjukkan pada Gambar 1. Kelima tahapan tersebut adalah:



Gambar 1. Tahapan Proses Keputusan Pembelian
Sumber : Engel et al. (1994)

1. Pengenalan kebutuhan

Munculnya suatu kebutuhan merupakan proses awal dari timbulnya suatu permintaan, karena adanya suatu keinginan dan kebutuhan dari konsumen yang belum dapat terpenuhi atau terpuaskan. Menurut Engel et al (1994) pengenalan kebutuhan konsumen sebagai tahap awal dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu informasi yang disimpan dalam ingatan, perbedaan antar individual dan pengaruh dari lingkungan. Pengenalan kebutuhan dapat didefinisikan sebagai persepsi terhadap perbedaan antara situasi yang diharapkan dengan situasi sebenarnya yang memungkinkan untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.

2. Pencarian informasi

Kotler (2004) menyatakan bahwa konsumen yang menyadari kebutuhannya, terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Konsumen akan mencari informasi, kemudian akan diingatan (pencarian internal) setelah mendapat informasi relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).

3. Evaluasi Alternatif

Menurut Engel et al (1994), evaluasi alternatif merupakan proses dalam mengevaluasi dan memilih suatu alternatif pilihan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen mengevaluasi pilihan sesuai dengan manfaat yang diinginkan dan mengurangi pilihan hingga alternatif yang dipilih.

4. Keputusan Pembelian

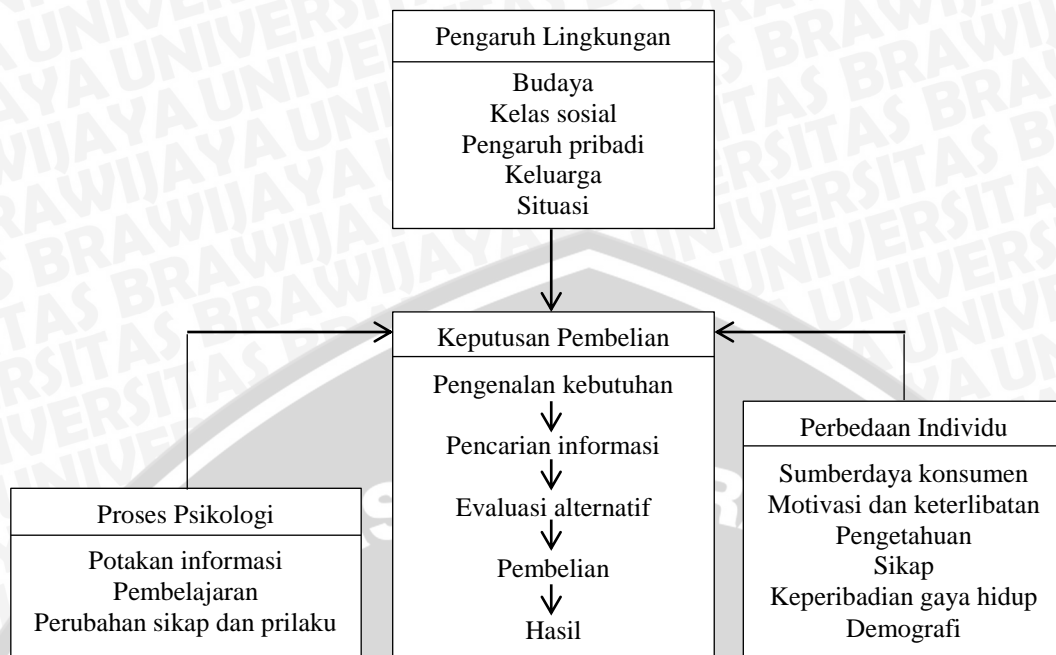
Konsumen membentuk suatu motivasi agar dapat membeli produk yang paling diinginkan, terdapat dua faktor yang berada diantara keinginan pembelian dan keputusan pembelian yaitu (1) faktor sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain dalam mengurangi alternatif seseorang, (2) faktor situasi tidak dapat diantisipasi, sehingga dapat muncul dan mengubah niat pembelian secara tiba-tiba (Kotler, 2002). Konsumen memperoleh alternatif yang dipilih dan mengganti yang dapat diterima bila perlu.

5. Hasil

Menurut Engel et al (1994), setelah pembelian terjadi konsumen akan mengevaluasi hasil pembelian yang telah dilakukan. Konsumen mengevaluasi alternatif yang telah dipilih dapat memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan. Hasil evaluasi terjadi setelah pembelian terbagi menjadi dua kepuasan atau ketidakpuasan. Jika konsumen puas maka keyakinan dan sikap maka akan terbentuk pengaruh positif terhadap pembelian selanjutnya. Kepuasan berfungsi untuk mengukuhkan loyalitas konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat mengakibatkan keluhan dari konsumen seperti komunikasi lisan negatif dan upaya dalam menuntut ganti rugi secara hukum.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Engel et al (1994) terdapat tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan dalam pembelian suatu produk yaitu; (1) faktor lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. (2) Faktor perbedaan individu, terdiri dari sumberdaya konsumen, pengetahuan, kepribadian, motivasi dan keterlibatan, gaya hidup, dan demografi. (3) Faktor psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi setiap tahapan dalam proses keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pembelian Konsumen

Sumber : Engel et al. (1995)

1. Faktor Lingkungan

Lingkungan dapat mempengaruhi proses keputusan yang dilakukan konsumen, sebab menurut Engel (2005) konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks. Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen yaitu:

A. Budaya

Budaya merupakan faktor lingkungan yang dampak pengaruhnya paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Hal ini disebabkan budaya yang mengarahkan keinginan dan perilaku konsumen dari kecil sampai tumbuh dewasa (Kotler, 1997). Budaya mengacu kepada seperangkat gagasan, nilai, sikap dan berkomunikasi untuk melayani manusia, menafsirkan dan mengevaluasi. Konsumen bebas dalam menentukan pilihan, tetapi konsumen hidup dalam lingkungan dengan kebudayaan yang memiliki batasan-batasan tertentu, sehingga kebebasan tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya sosial dan norma-norma masyarakat. Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dengan budaya yaitu; (1) budaya yang mempengaruhi struktur konsumen, (2) budaya yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan, (3) budaya merupakan variable utama dalam penciptaan dan komunikasi dari sebuah produk.

B. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pengelompokan masyarakat kedalam suatu kelas tertentu atau kelompok yang berbeda. Kelas sosial dapat mempengaruhi jenis jasa, jenis produk, dan merek yang di konsumsi konsumen (Sumarwan, 2002). Kelas sosial ditentukan tidak hanya melalui pendapatan, tetapi juga dapat ditentukan oleh interaksi, pekerjaan, prestasi, orientasi, nilai, kepemilikan, dan sebagainya.

C. Pengaruh Pribadi

Pengaruh pribadi adalah tekanan yang dirasakan oleh konsumen untuk menyesuaikan diri dengan harapan dan norma yang diberikan oleh orang lain. Disisi lain pengaruh pribadi berkaitan dengan berbagai cara dalam kepercayaan, sikap dan perilaku konsumen yang mempengaruhi ketika konsumen lain dijadikan sebagai kelompok acuan. Menurut kotler (2000) kelompok acuan terdiri dari beberapa kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen seperti keluarga, organisasi formal dan lain-lainnya.

D. Keluarga

Keluarga adalah kelompok acuan primer yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku konsumen. Setiap anggota keluarga memiliki peranan penting dalam memberikan pengaruh, pengambilan keputusan, pembelian dan penggunaan.

E. Pengaruh Situasi

Pengaruh situasi merupakan pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik, terlepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Engel, (1995) menyatakan bahwa situasi konsumen dapat didefinisikan dengan lima karakteristik umum, yaitu; (1) lingkungan fisik, merupakan situasi nyata yang dialami konsumen, (2) lingkungan sosial, merupakan situasi yang menyangkut orang lain, (3) waktu, merupakan saat situasi terjadi (4) tugas, merupakan tujuan dan sasaran yang diinginkan konsumen dalam suatu situasi dan, (5) keadaan antiseden merupakan suasana hati konsumen sementara.

2. Faktor Perbedaan Individu

Perbedaan individu merupakan pengaruh dari faktor internal yang dapat mengendalikan perilaku seseorang. Engel et al (1994) berpendapat bahwa terdapat lima cara ketika setiap konsumen mungkin berbeda sehingga pengaruh terhadap perilaku konsumen yaitu:

A. Sumberdaya Konsumen

Sumberdaya yang dimiliki konsumen berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Terdapat tiga sumberdaya yang dibawa setiap konsumen kedalam setiap situasi pengambilan keputusan yaitu sumber daya temporal (waktu), sumber daya ekonomi (pendapatan dan kekayaan) dan sumber daya kognitif (kapasitas mental yang tersedia untuk menjalankan berbagai kegiatan pengolahan industri). Konsumen memiliki keterbatasan dalam setiap sumberdaya yang dimiliki sehingga konsumen mampu mengalokasikannya secara bijaksana.

B. Motivasi dan Keterlibatan

Menurut Engel et al (1994) motivasi dan keterlibatan merupakan suatu kebutuhan dari variabel utama dalam motivasi. Kebutuhan didefinisikan sebagai perbedaan yang disadari oleh konsumen antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya terjadi, hal tersebut dapat menimbulkan suatu perilaku. Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri konsumen untuk memenuhi kebutuhannya sehingga dapat memperoleh kepuasan dari dalam pemenuhan kebutuhan. Keterlibatan mengarah pada tingkat relevansi yang disadari dengan tindakan pembelian. Jika keterlibatan tinggi, maka motivasi akan lebih kuat untuk memperoleh dan mengolah informasi, sehingga kemungkinan akan jauh lebih besar dari pemecahan kebutuhan yang diinginkan.

C. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen, terdiri dari himpunan informasi total yang relevan dengan fungsi yang diinginkan konsumen di dalam pasar (Engel et al, 1994). Pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga kategori, yaitu; (1) pengetahuan tentang produk, yaitu mencakup atribut produk dan kepercayaannya, (2) pengetahuan pembeli, yaitu tempat dan waktu untuk membeli suatu produk, dan (3) pengetahuan pemakaian, dapat dilihat dari pengetahuan konsumen dan iklan.

D. Sikap

Sikap adalah keseluruhan dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen. Sikap ini dilakukan konsumen berdasar dari pandangan konsumen terhadap suatu produk sehingga proses belajar dari pengalaman maupun dari hal yang lain. Intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sikap penting. Sementara kotler (1997) berpendapat bahwa sikap merupakan evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan dari tindakan menguntungkan atau tidak menguntungkan yang bertahan lama dari konsumen terhadap suatu objek atau gagasan.

E. Kepribadian, Gaya Hidup dan Demografi

Kepribadian merupakan karakteristik psikologi yang menyebabkan suatu tanggapan yang relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian pada umumnya didefinisikan dengan menggunakan ciri-ciri seperti dominasi, ketaatan, kepercayaan diri dan lain-lainnya. Kepribadian dapat dijadikan variabel yang sangat berguna dalam menganalisis suatu perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola ketika konsumen hidup dan menghabiskan waktu dan uang yang diekspresikan kedalam suatu aktifitas, minat dan opini. Faktor demografi menggambarkan karakteristik konsumen. Beberapa karakteristik yang penting untuk memahami konsumen adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, pekerjaan dan lain-lain.

3. Faktor Psikologis.

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk adalah proses psikologis. Proses psikologis merupakan proses utama yang dapat membentuk aspek motivasi dan perilaku konsumen. Kotler (1997), menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan akan mempengaruhi empat faktor psikologis utama yaitu preferensi, pengetahuan, keyakinan, motivasi dan pendirian. Proses psikologis terdiri dari:

A. Pemrosesan informasi

Pemrosesan informasi merupakan sebagai proses ketika rangsangan pemasaran diterima, ditafsirkan, yang kemudian disimpan dalam ingatan dan akhirnya diambil lagi oleh konsumen agar dapat menilai alternatif-alternatif produk

(Engel et al, 1994). Proses terbagi menjadi lima tahap dasar yaitu pemahaman, penerimaan, pemaparan, perhatian dan retensi.

B. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses ketika pengalaman dapat menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pembelajaran terbagi menjadi empat jenis yaitu; (1) pembelajaran kognitif, merupakan proses mental yang menentukan retensi informasi, (2) pengkondisian klasik, merupakan pembelajaran melalui asosiasi stimulus respon, (3) pengkondisian operant, merupakan pertimbangan perilaku yang dimodifikasi oleh penguah dan penghukum, dan (4) pembelajaran vicarious, merupakan suatu proses yang berusaha merubah perilaku seseorang dengan meminta orang tersebut mengamati tindakan orang lain (model) sampai akibat dari perilaku yang bersangkutan.

C. Perubahan Sikap dan Perilaku

Tahap terakhir dari proses psikologis adalah perubahan perilaku dan sikap. Perubahan dalam perilaku dan sikap adalah sasaran pemasaran yang lazim. Proses ini menggambarkan pengaruh psikologis dasar yang menjadi subjek dari beberapa dasawarsa dengan penelitian yang intensif.

2.4 Tinjauan Kepuasan Konsumen

2.4.1 Konsep dan Pengertian Kepuasan

Kotler (2005) menyatakan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang akan muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) dari produk yang di pikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Sunarto (2006) dalam Rahman (2008) kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) merupakan sebagai dari keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Menurut Engel et al (2004), kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli, alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul ketika hasil tidak

memenuhi harapan. Kepuasan adalah langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasikan sesuatu yang dapat dinikmati secara rohani, bukan hanya nyaman sesuai dengan bayangan dan harapan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi. Penelitian mengenai kepuasan konsumen menjadi topik utama dalam dunia riset pasar dan berkembang pesat (Kotler, 2000)

Pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen dapat mencakup perbedaan antara kepentingan dan kinerja yang dirasakan.

Menurut Rangkuti (2006) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara berikut:

1. *Traditional Approach*

Berdasarkan pendekatan *traditional approach*, konsumen diminta untuk memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk yang diamati pada umumnya menggunakan skala Likert, yaitu dengan memberikan penilaian dari 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas). Kemudian konsumen juga diminta untuk memberikan penilaian atas produk tersebut secara keseluruhan. Skala Likert merupakan salah satu pilihan pendekatan *semantic differential*. Bentuknya lebih secara langsung kepada responden, responden diminta untuk memilih jawaban sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5).

2. Analisis secara Deskriptif

Analisis kepuasan konsumen biasanya berhenti sampai peneliti mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dengan menggunakan analisis statistik secara deskriptif, contohnya dengan menghitung nilai rata-rata, nilai distribusi dan standar deviasi. Analisis kepuasan konsumen seharusnya dilanjutkan dengan cara membandingkan hasil dari kepuasan tahun lalu dengan tahun ini, sehingga kecenderungan dalam perkembangannya (*trend*) dapat ditentukan.

3. Pendekatan secara terstruktur (*Structured Approach*)

Pendekatan yang paling sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Teknik yang paling populer adalah *semantic differential* dengan menggunakan prosedur *scalling* yaitu, meminta responden untuk memberikan penilaiannya terhadap suatu produk atau suatu fasilitas (misalnya supermarket, rumah sakit dan lain-lain). Penilaian dapat dilakukan dengan membandingkan

suatu produk atau suatu fasilitas dengan produk atau fasilitas lainnya dengan syarat variabel yang diukur dan digunakan sama. Terdapat dua metode pendekatan secara terstruktur yaitu:

A. *Important Performance Analysis* (IPA)

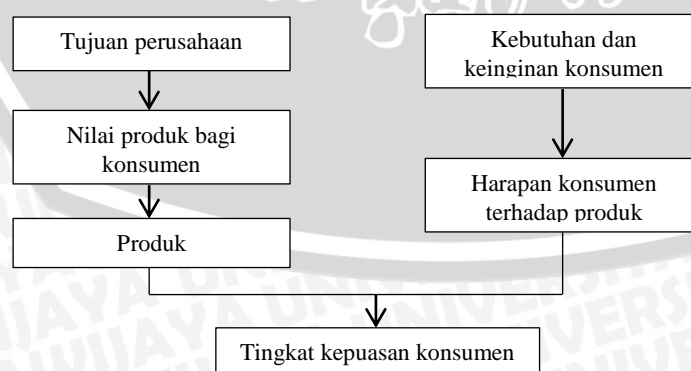
Important Performance Analysis (IPA) atau analisis kepentingan dan kinerja adalah suatu alat analisis yang menggambarkan kinerja dari sebuah produk yang dibandingkan antara tingkat kepentingan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang dirasakan konsumen, dengan menggunakan diagram kartesius. *Important Performance Analysis* menggunakan titik (koordinat) agar dapat menggambarkan kinerja dari suatu produk. Kemudian jenis analisis ini selanjutnya akan digunakan dalam penelitian ini.

B. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk. Metode untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* dilakukan melalui empat tahap (Aritonang, 2005), yaitu; (1) Menentukan Mean Important Skor (MIS), (2) Membuat Weigh Factors (WF), (3) Membuat Weigh score (WS) dan (4) Menentukan Customers Satisfaction Index (CSI)

2.4.2 Kepuasan Konsumen

Engel et al., (1994) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari evaluasi pasca konsumsi, sesuatu yang dipilih melebihi atau tidak melebihi harapan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 3.



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

Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang dan kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau harapannya terhadap kinerja (hasil dari suatu produk) dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Kepuasan merupakan hasil dari persepsi atas kinerja dan harapan konsumen. Jika kinerja berada dibawah harapan atau ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan atau ekspektasi dari konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan atau ekspektasi konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang hal yang akan diterima, ketika membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kepentingan merupakan persepsi konsumen terhadap hal yang didapatkan setelah mengkonsumsi suatu produk. Kotler (2000) menyatakan bahwa terdapat empat perangkat untuk mengukur kepuasan pelanggan. Terdapat empat perangkat sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berfokus pada pelanggan akan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan. Hal ini akan dilakukan untuk melaksanakan komunikasi dua arah. Informasi yang diperoleh merupakan sumber gagasan yang baik untuk meyakinkan perusahaan bertindak cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan akan mengukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan melakukan survei secara berkala atau perusahaan akan menggunakan keluhan sebagai ukuran dari kepuasan konsumen. Kemudian perusahaan akan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon konsumen yang menggunakan produk perusahaan sebagai sampel acak dan menanyakan kinerja dari produk perusahaan tersebut misal sangat puas, puas, biasa saja, kurang puas, atau sangat tidak puas kepada konsumen. Selain mengumpulkan informasi mengenai kepuasan pelanggan, perusahaan juga akan mengajukan pertanyaan tambahan agar dapat mengukur keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Pembelian ulang yang tinggi cenderung diikuti dengan kepuasan pelanggan tinggi.

3. Belanja Siluman (*Ghost shopping*)

Perusahaan dapat membayar orang-orang untuk bertindak sebagai konsumen potensial, hal ini berguna untuk melaporkan hasil temuan perusahaan tentang

kekuatan dan kelemahan yang dialami ketika membeli suatu produk yang dibuat oleh perusahaan dan produk pesaing. pembelanja siluman bahkan dapat menyampaikan suatu masalah tertentu untuk dapat menguji kinerja staf penjualan dalam menyelesaikan suatu masalah dengan baik.

4. Analisis Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan akan terus menghubungi pelanggan yang berhenti mengkonsumsi atau berganti ke produk lain untuk mempelajari penyebabnya. Tidak hanya penting untuk melakukan wawancara ketika pelanggan mulai berhenti mengkonsumsi, tetapi memperhatikan tingkat kehilangan pelanggan juga sama pentingna. Jika tingkat kehilangan pelanggan meningkat, maka menunjukkan perusahaan gagal dalam memuaskan pelanggannya.



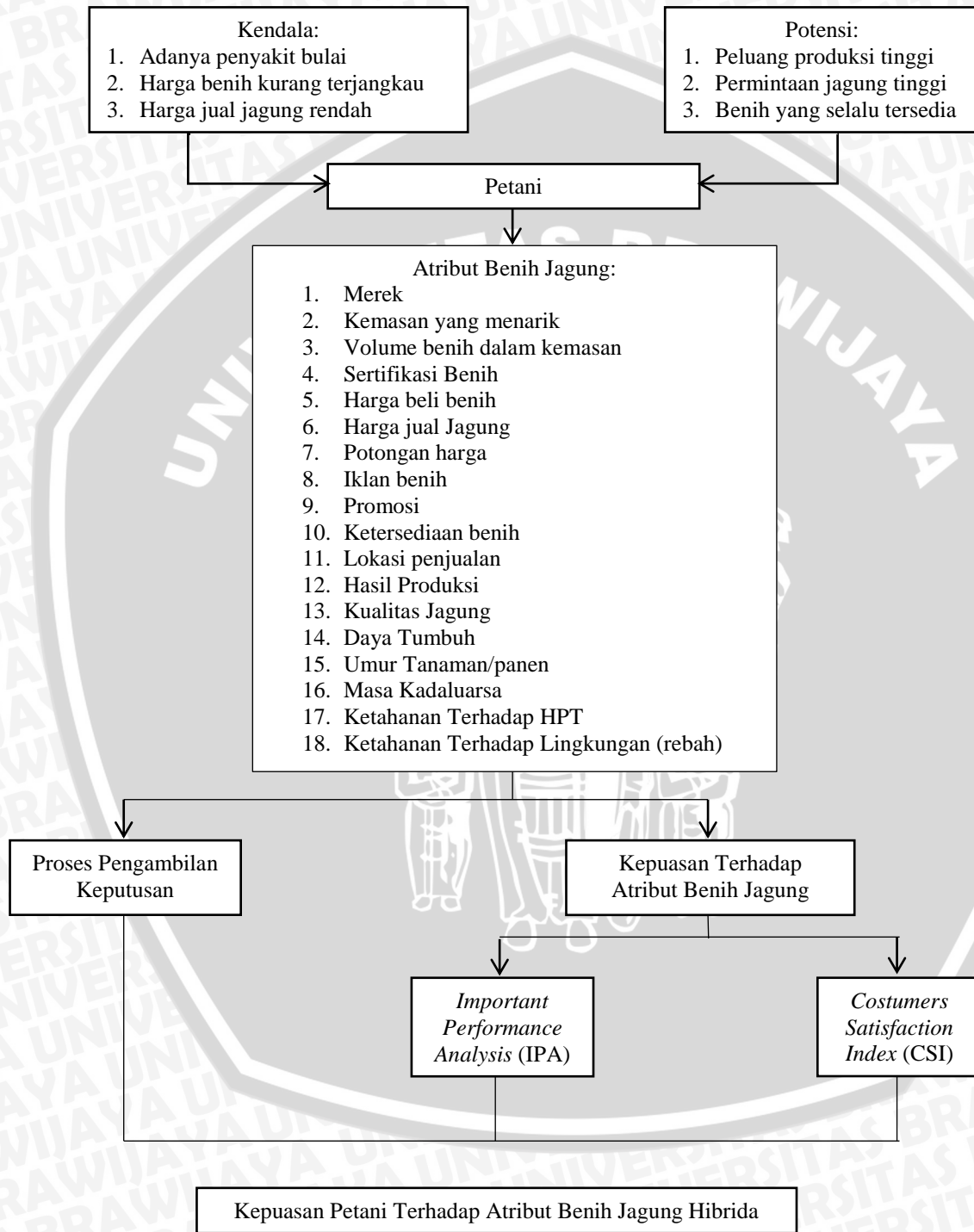
III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Jagung merupakan tanaman pangan penting dalam sector pertanian. Indonesia sendiri menempati peringkat kedelapan di dunia sebagai peghasil jagung. Pada tahun 2015 Indonesia menyumbang 2,06% untuk produksi jagung global. Sentra produksi jagung di Indonesia tersebut, salah satunya adalah hasil produksi dari Kabupaten Malang, selain dari Kabupaten Kediri, Kabupaten Tuban dan Kabupaten Bitar (Afr/Jatim Newsroom, 2015). Terus meningkatnya produksi jagung dari tahun ketahun oleh petani menyebabkan terus meningkatnya kebutuhan akan benih jagung. Peningkatan pemahaman petani akan usahatani sebagai usaha/bisnis membuat petani semakin sadar dalam penggunaan teknologi pertanian sebagai usaha pemaksimalan hasil produksi, salah satunya dengan menggunakan benih jagung hibrida. Maka dari itu diperlukan suatu pemahaman tentang perilaku konsumen terutama kepuasan petani terhadap benih jagung hibrida.

Petani dalam menentukan benih dalam budidaya, membutuhkan banyak pertimbangan. Petani cenderung lebih selektif dan tidak asal dalam membeli benih sehingga ada proses pengambilan keputusan dalam pembelian benih. Banyak faktor yang dipertimbangkan petani dalam pembelian. Diawali dengan pengenalan kebutuhan yang dilakukan petani untuk mengetahui kebutuhan yang sesuai dengan keinginan petani. Petani akan mencari informasi yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan. Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan petani mulai memproses suatu alternatif pilihan yang dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan petani. Petani mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih. Petani membentuk niat untuk membeli benih yang paling sesuai dan disukai. Petani memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu. Setelah pembelian terjadi petani akan mengevaluasi hasil pembelian yang telah dilakukannya. Evaluasi alternatif yang telah dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan. Hasil evaluasi setelah terjadi pembelian dapat berupa kepuasan atau ketidakpuasan. Jika puas

maka keyakinan dan sikap yang terbentuk akan berpengaruh positif terhadap pembelian selanjutnya. Kegiatan ini pada akhirnya akan membentuk pola preferensi dan kepuasan terhadap benih jagung hibrida. Kerangka operasional dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Kepuasan Petani Terhadap Benih Jagung Hibrida

3.2 Hipotesis

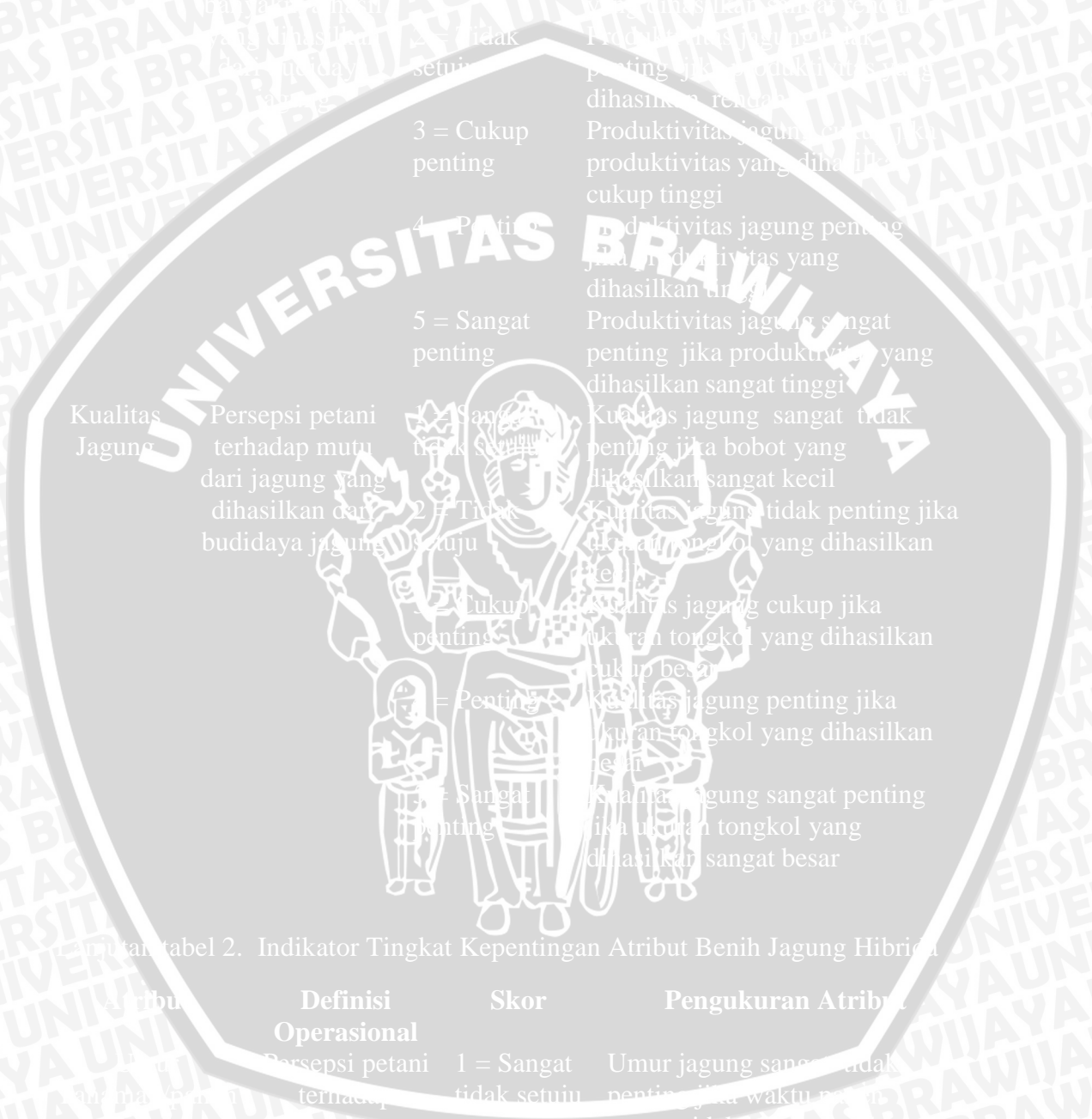
Hipotesis yang digunakan sebagai jawaban sementara berdasarkan untuk menjawab penelitian diambil berdasarkan teori dan penelitian terdahulu adalah:

1. Proses pengambilan keputusan petani dalam membeli benih hibrida diawali dengan pengenalan kebutuhan terhadap benih yang terjangkau harganya dan berkualitas baik. Setelah mengetahui yang dibutuhkan, maka petani mencari informasi ke Penyuluh Pertanian Lapang (PPL). Evaluasi alternatif yang dipilih petani adalah ketahanan terhadap hama dan penyakit. Keputusan pembelian ditentukan oleh pribadi petani sendiri. Hasilnya petani puas dan akan tetap membeli benih jagung hibrida
2. Atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerjanya baik sehingga perlu dipertahankan adalah harga benih sedangkan atribut benih yang prioritas rendah dan kinerjanya rendah adalah sertifikasi benih.
3. Petani kurang puas terhadap kualitas dan kinerja produk benih hibrida.

3.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, diperlukan batasan-batasan untuk mempermudah penelitian. Batasan mengenai ruang lingkup dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Penelitian menganalisis kepuasan petani jagung terhadap benih jagung hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri pada bulan Maret – Juni 2016 dengan berbasis data pada masa satu kali tanam jagung pada lahan basah maupun lahan kering.
2. Dalam analisis kepuasan petani terhadap benih jagung hibrida, benih yang diteliti hanya benih jagung hibrida BISI-18 yang dipasarkan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri.
3. Perilaku petani dalam penggunaan benih yang dideskripsikan dalam penelitian hanya meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.



Atribut	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Kualitas Jagung	Persepsi petani terhadap mutu dari jagung yang dihasilkan dari budidaya jagung	1 = Sangat tidak setuju	Produktivitas jagung sangat tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat rendah
		2 = Tidak setuju	Produktivitas jagung penting jika produktivitas yang dihasilkan cukup tinggi
		3 = Cukup penting	Produktivitas jagung penting jika produktivitas yang dihasilkan tinggi
		4 = Sangat penting	Produktivitas jagung sangat penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi
		5 = Sangat penting	Produktivitas jagung sangat penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi
Kualitas Jagung	Persepsi petani terhadap mutu dari jagung yang dihasilkan dari budidaya jagung	1 = Sangat tidak setuju	Kualitas jagung sangat tidak penting jika bobot yang dihasilkan sangat kecil
		2 = Tidak setuju	Kualitas jagung tidak penting jika ukuran tongkol yang dihasilkan kecil
		3 = Cukup penting	Kualitas jagung cukup jika ukuran tongkol yang dihasilkan cukup besar
		4 = Penting	Kualitas jagung penting jika ukuran tongkol yang dihasilkan besar
		5 = Sangat penting	Kualitas jagung sangat penting jika ukuran tongkol yang dihasilkan sangat besar

Lanjutan tabel 2. Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida

Atribut	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Umur jagung panen	Persepsi petani terhadap umur panen jagung yang dihasilkan	1 = Sangat tidak setuju	Umur jagung sangat tidak penting jika waktu panen sangat tidak berpengaruh dan menentu
		2 = Tidak setuju	Umur jagung tidak penting jika waktu panen tidak berpengaruh dan menentu
		3 = Cukup penting	Umur jagung penting jika waktu panen berpengaruh dan menentu
		4 = Penting	Umur jagung penting jika waktu panen berpengaruh dan menentu
		5 = Sangat penting	Umur jagung sangat penting jika waktu panen berpengaruh dan menentu



dalam men... dan...
sangat...
penting...
jika...
mendapat...
menun...
sangat...
penting...
jika...
mendapat...
menun...

Sertifikasi Benih
Persepsi petani terhadap jaminan dalam budidaya jagung

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Cukup penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat penting

Sertifikasi benih sangat tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat rendah

Sertifikasi benih tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan rendah

Sertifikasi benih cukup penting jika produktivitas yang dihasilkan cukup tinggi

Sertifikasi benih penting jika produktivitas yang dihasilkan tinggi

Sertifikasi benih sangat penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi

Sertifikasi benih sangat tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat rendah

Sertifikasi benih tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan rendah

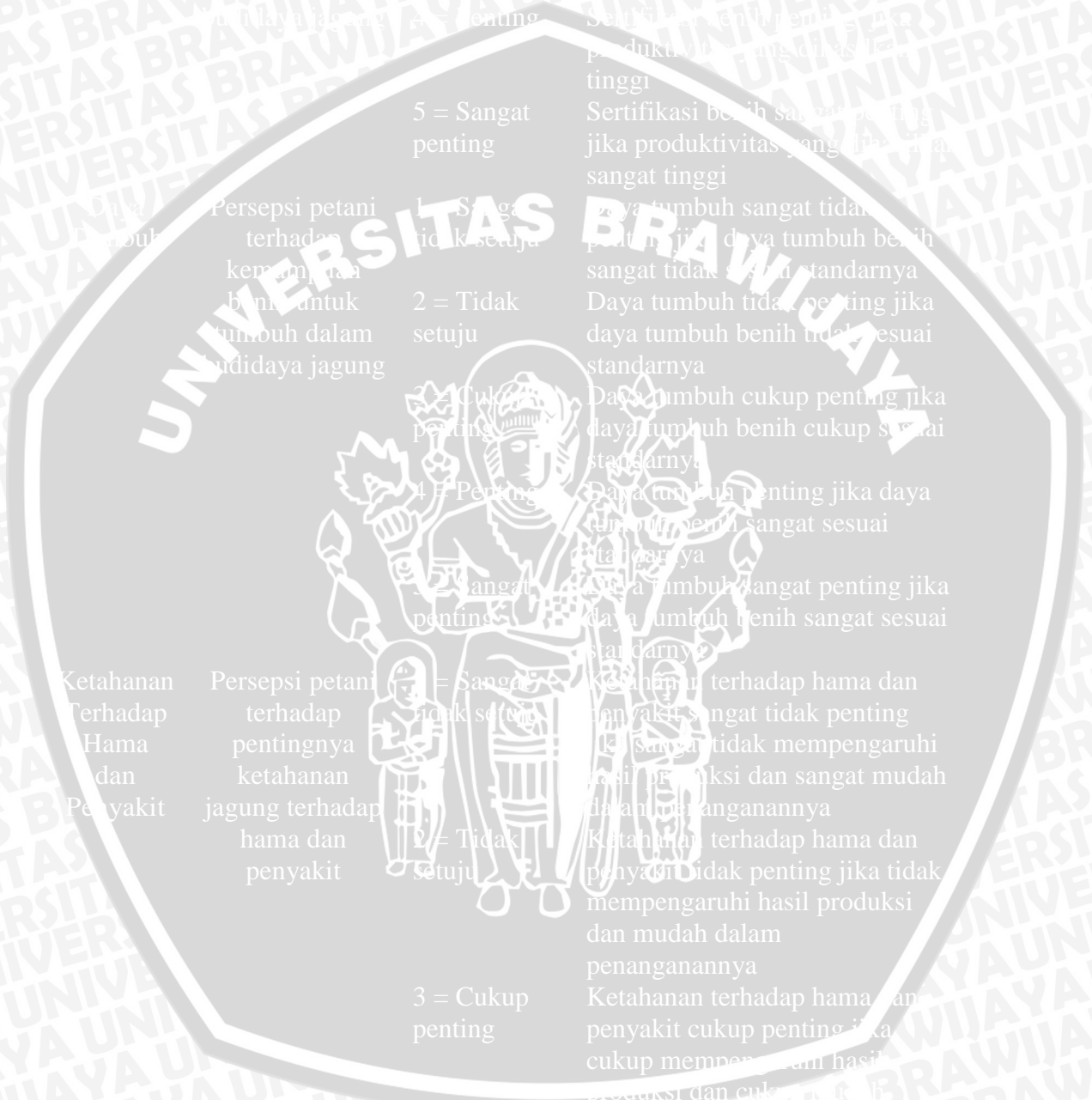
Sertifikasi Benih
Persepsi petani terhadap jaminan dalam budidaya jagung

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju

Sertifikasi benih sangat tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat rendah

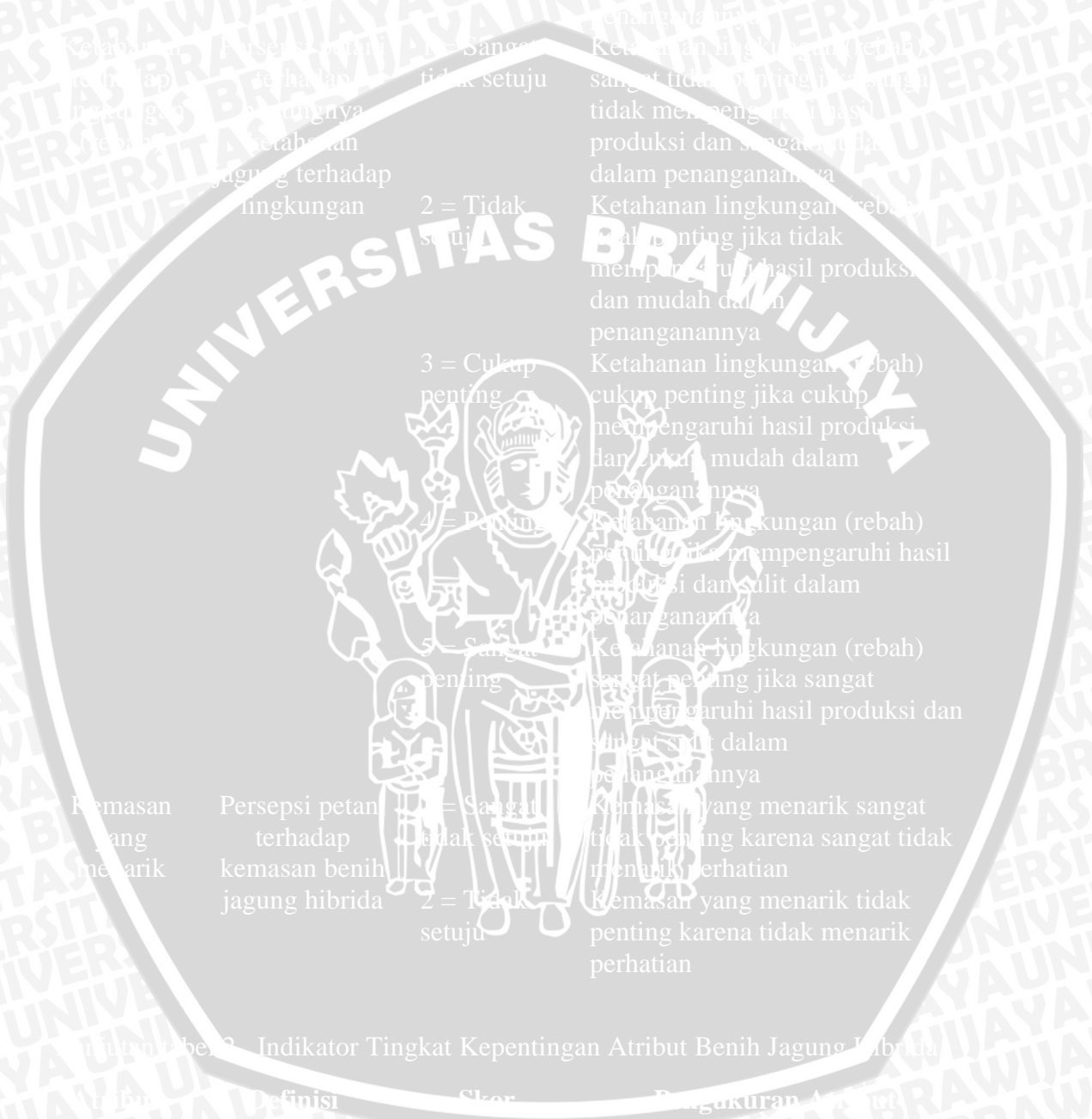
Sertifikasi benih tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan rendah





Indikator	Definisi	Skor	Pengukuran
Daya tumbuh	Persepsi petani terhadap kemampuan benih untuk tumbuh dalam budidaya jagung	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Sertifikasi benih cukup jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi Sertifikasi benih cukup jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi Sertifikasi benih cukup jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi Sertifikasi benih cukup jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi Sertifikasi benih cukup jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi
Ketahanan terhadap Hama dan Penyakit	Persepsi petani terhadap pentingnya ketahanan jagung terhadap hama dan penyakit	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketahanan terhadap hama dan penyakit sangat tidak penting jika sangat tidak mempengaruhi hasil produksinya dan sangat mudah dalam penanganannya Ketahanan terhadap hama dan penyakit tidak penting jika tidak mempengaruhi hasil produksi dan mudah dalam penanganannya Ketahanan terhadap hama dan penyakit cukup penting jika cukup mempengaruhi hasil produksi dan cukup dalam penanganannya





Persepsi petani terhadap kemampuan benih jagung hibrida	Persepsi petani terhadap kemampuan benih jagung hibrida	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Kemampuan benih jagung hibrida sangat penting jika tidak mempengaruhi hasil produksi dan mudah dalam penanganannya Kemampuan benih jagung hibrida cukup penting jika cukup mempengaruhi hasil produksi dan cukup mudah dalam penanganannya Kemampuan benih jagung hibrida penting jika mempengaruhi hasil produksi dan sulit dalam penanganannya Kemampuan benih jagung hibrida sangat penting jika sangat mempengaruhi hasil produksi dan sangat sulit dalam penanganannya
Ketahanan lingkungan rebah	Persepsi petani terhadap ketahanan lingkungan rebah	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketahanan lingkungan rebah sangat tidak penting jika sangat tidak mempengaruhi hasil produksi dan sangat mudah dalam penanganannya Ketahanan lingkungan rebah cukup penting jika cukup mempengaruhi hasil produksi dan cukup mudah dalam penanganannya Ketahanan lingkungan rebah penting jika mempengaruhi hasil produksi dan sulit dalam penanganannya Ketahanan lingkungan rebah sangat penting jika sangat mempengaruhi hasil produksi dan sangat sulit dalam penanganannya
Kemasan yang menarik	Persepsi petani terhadap kemasan benih jagung hibrida	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Kemasan yang menarik sangat tidak penting karena sangat tidak menarik perhatian Kemasan yang menarik tidak penting karena tidak menarik perhatian

Tabel 2. Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida

Atribut	Definisi	Skor	Pengukuran Atribut
Kemampuan benih jagung hibrida	Kemampuan benih jagung hibrida yang menarik	3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Kemampuan benih jagung hibrida yang menarik sangat penting karena tidak menarik perhatian
Ketahanan lingkungan rebah	Ketahanan benih jagung hibrida terhadap rebah	3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketahanan benih jagung hibrida terhadap rebah sangat penting karena sangat mempengaruhi hasil produksi





Indikator	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian
Indikator	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian
Indikator	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian

Lanjutan tabel 2. Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida

Atribut	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian
Indikator	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian
Indikator	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	3 = Cukup penting 4 = Penting	Promosi cukup penting karena cukup mempengaruhi minat dalam pembelian Promosi penting karena sangat mempengaruhi minat dalam pembelian





Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Volume benih dalam kemasan sangat penting karena sangat berpengaruh minat dalam pembelian
Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketersediaan benih sangat tidak penting jika benih selalu tersedia
Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketersediaan benih tidak penting jika benih tersedia
Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketersediaan benih cukup penting jika benih cukup tersedia
Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketersediaan benih penting jika benih jarang tersedia
Ketersediaan benih	Persepsi petani terhadap ketersediaan benih di toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Ketersediaan benih sangat penting jika benih sangat jarang tersedia

Lanjutan tabel 2. Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida

Atribut	Definisi Operasional	Skor	Pengukuran Atribut
Lokasi penjualan	Persepsi petani terhadap kemudahan petani dalam menjangkau toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Lokasi penjualan sangat tidak penting jika sangat banyak toko pertanian yang menyediakan
Lokasi penjualan	Persepsi petani terhadap kemudahan petani dalam menjangkau toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Lokasi penjualan tidak penting jika banyak toko pertanian yang menyediakan
Lokasi penjualan	Persepsi petani terhadap kemudahan petani dalam menjangkau toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Lokasi penjualan cukup penting jika cukup banyak toko pertanian yang menyediakan
Lokasi penjualan	Persepsi petani terhadap kemudahan petani dalam menjangkau toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Lokasi penjualan penting jika sedikit toko pertanian yang menyediakan
Lokasi penjualan	Persepsi petani terhadap kemudahan petani dalam menjangkau toko pertanian	1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup penting 4 = Penting 5 = Sangat penting	Lokasi penjualan sangat penting jika sangat sedikit toko pertanian yang menyediakan



Masa kadaluarsa terhadap amanyu benih	1 = Sangat tidak setuju	Masa kadaluarsa sangat tidak penting jika sangat mempengaruhi hasil panen
Masa kadaluarsa terhadap mutu benih	2 = Tidak setuju	Masa kadaluarsa cukup penting jika cukup mempengaruhi mutu benih
Masa kadaluarsa terhadap daya tumbuh	3 = Cukup penting	Masa kadaluarsa penting jika sangat mempengaruhi daya tumbuh
Masa kadaluarsa terhadap produktivitas	4 = Penting	Masa kadaluarsa sangat penting jika sangat mempengaruhi produktivitas
Masa kadaluarsa terhadap harga	5 = Sangat penting	Masa kadaluarsa sangat penting jika sangat mempengaruhi harga
Merek	1 = Sangat tidak setuju	Merek jagung sangat tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat rendah
Persepsi petani terhadap keistimewaan suatu merek dibandingkan dengan merek lain	2 = Tidak setuju	Merek jagung tidak penting jika produktivitas yang dihasilkan rendah
	3 = Cukup penting	Merek jagung cukup penting jika produktivitas yang dihasilkan cukup tinggi

Lanjutan tabel 2. Indikator Tingkat Kepentingan Atribut Benih Jagung Hibrida

Atribut	Definisional Operasional	Skor	Penjelasan Atribut
Merek	Persepsi petani terhadap keistimewaan suatu merek dibandingkan dengan merek lain	4 = Penting	Merek jagung penting jika produktivitas yang dihasilkan tinggi
	Persepsi petani terhadap biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli benih jagung hibrida	2 = Tidak setuju	Merek jagung sangat penting jika produktivitas yang dihasilkan sangat tinggi
Harga beli benih	Persepsi petani terhadap biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli benih jagung hibrida	1 = Sangat tidak setuju	Harga beli benih sangat tidak penting jika harga benih sama sekali tidak mempengaruhi pendapatan
		2 = Tidak setuju	Harga beli benih tidak penting jika harga benih tidak mempengaruhi pendapatan
		3 = Cukup penting	Harga beli benih penting jika harga benih cukup mempengaruhi pendapatan
		4 = Penting	Harga beli benih sangat penting jika harga benih sangat mempengaruhi pendapatan



Nilai	Pisipat petani	Isi sangat penting	Isi penting	Isi cukup penting	Isi tidak penting
5	Sangat penting				
4	Penting				
3	Cukup penting				
2	Tidak penting				

Empengannya pendapatnya
 Harga jual jagung dan kacang
 penting karena dibutuhkan
 untuk dapat berproduksi
 dan menghasilkan
 pendapatan. Harga jual jagung
 jika petani tidak dapat
 berproduksi maka harga jual
 Harga jual jagung cukup penting
 jika petani dapat berproduksi
 terhadap harga jual
 Harga jual jagung penting jika
 petani dapat menentukan harga
 Harga jual jagung sangat penting
 jika petani menentukan harga jual



1. Hasil panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

3. Cara meningkatkan hasil panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

4. Cara meningkatkan produktivitas jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

5. Cara meningkatkan efisiensi panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

6. Cara meningkatkan kualitas panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

7. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

8. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

9. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

10. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

11. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

12. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

13. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

14. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

15. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

16. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

17. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

18. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

19. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

20. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

21. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

22. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

23. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

24. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

25. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

26. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

27. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

28. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

29. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

30. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

31. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

32. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

33. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

34. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

35. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

36. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

37. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

38. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

39. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

40. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

41. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

42. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

43. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

44. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

45. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

46. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

47. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

48. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

49. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

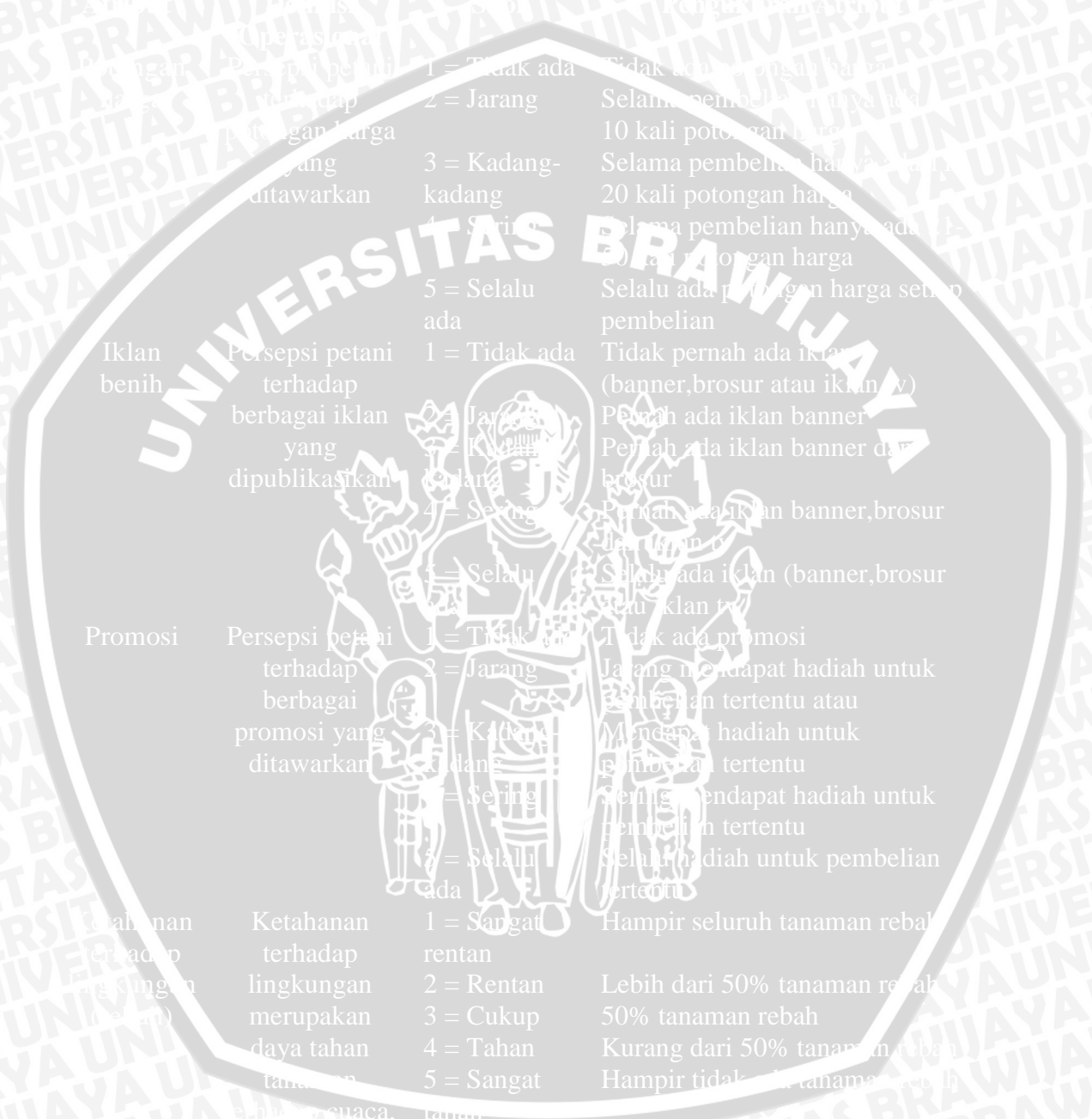
50. Cara meningkatkan umur panen jagung di Desa Amentan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang

Kualitas jagung	Kualitas hasil panen merupakan kuantitas dari hasil panen jagung yang dapat diukur dari berat pertongkolnya, diukur dengan gram/tongkol	1 = Buruk 2 = Buruk 3 = Cukup 4 = Baik 5 = Sangat baik	Produktivitas sangat rendah hanya menghasilkan 4 kw/0,14 ha Produktivitas sedang yaitu hanya menghasilkan 5 kw/0,14 ha Produktivitas tinggi sebab hanya menghasilkan 7 kw/0,14 ha Produktivitas sangat tinggi sebab dapat menghasilkan > 8 kw/0,14 ha Kualitas jagung sangat rendah rata-rata bobot per tongkol < 100 gram Kualitas jagung rendah rata-rata bobot per tongkol 101 gram - 175 gram Kualitas jagung cukup rata-rata bobot per tongkol 176 gram - 250 gram Kualitas jagung cukup rata-rata bobot per tongkol 251 gram - 300 gram Kualitas jagung cukup rata-rata bobot per tongkol 301 gram - 350 gram Umur panen > 120 hari setelah tanam Umur panen 116 - 120 hari setelah tanam Umur panen 111 - 115 hari setelah tanam Umur panen 106 - 108 hari setelah tanam Umur panen < 100 hari setelah tanam
Umur panen/panen	Umur tanaman merupakan waktu yang diperlukan untuk panen, diukur dalam umur panen HST (Hari Setelah Tanam)	1 = Sangat lama 2 = Lama 3 = Cukup 4 = Baik 5 = Sangat baik	



Kategori	Definisi	Skor	Penjelasan
Semai/kejujuran benih	Open pollinated Tadap Jumlah dan mutu benih jagung	1 = Sangat Buruk 2 = Buruk 3 = Cukup Buruk 4 = Baik 5 = Sangat baik	Semai dan benih sangat baik sesuai dengan kualitas. Semai dan benih tidak sesuai dengan ekspektasi. Sertifikasi benih sesuai dengan ekspektasi. Sertifikasi benih sesuai dengan ekspektasi. Sertifikasi benih sesuai dengan ekspektasi.
Daya tumbuh	persepsi petani terhadap kemampuan benih untuk tumbuh dalam budidaya jagung	1 = Tidak tumbuh 2 = Kurang tumbuh 3 = Cukup tumbuh 4 = Tumbuh 5 = Sangat tumbuh	Daya tumbuh benih tanaman < 70% Daya tumbuh benih tanaman hanya 70-74% Daya tumbuh benih tanaman 75-80% Daya tumbuh benih tanaman 81-85% Daya tumbuh benih tanaman > 85%
Ketahanan Terhadap Hama dan Penyakit	Ketahanan terhadap HPT merupakan daya tahan tanaman terhadap serangan HPT diukur dengan luasnya lahan yang terserang	1 = Sangat rentan 2 = Rentan 3 = Cukup tahan 4 = Tahan 5 = Sangat tahan	Dampak seluruh tanaman terserang hama dan penyakit lebih dari 50% tanaman terserang hama dan penyakit dan penyakit kurang dari 50% tanaman terserang hama dan penyakit Hampir tidak ada tanaman terserang hama dan penyakit Hampir seluruh tanaman rebah
Ketahanan terhadap lingkungan (rebah)	Ketahanan terhadap lingkungan merupakan daya tahan tanaman terhadap cuaca, diukur dengan tanaman yang rebah	1 = Sangat rentan 2 = Rentan 3 = Cukup tahan 4 = Tahan 5 = Sangat tahan	Lebih dari 50% tanaman rebah 50% tanaman rebah Kurang dari 50% tanaman rebah Hampir tidak ada tanaman rebah
Kemampuan yang dimiliki untuk menarik serangga	Kemampuan menarik serangga diukur dengan menarik serangga	1 = Tidak menarik 2 = Buruk menarik 3 = Cukup menarik 4 = Baik menarik 5 = Sangat menarik	Kemampuan daya tarik menarik serangga tidak menarik serangga menarik serangga menarik serangga menarik serangga





	Persepsi petani terhadap berbagai iklan yang dipublikasikan	1 = Tidak ada 2 = Jarang 3 = Kadang-kadang 4 = Sering 5 = Selalu ada	Tidak pernah ada iklan (banner, brosur atau iklan tv) Pernah ada iklan banner Pernah ada iklan banner dan brosur Pernah ada iklan banner, brosur dan iklan tv Selalu ada iklan (banner, brosur dan iklan tv)
Promosi	Persepsi petani terhadap berbagai promosi yang ditawarkan	1 = Tidak ada 2 = Jarang 3 = Kadang-kadang 4 = Sering 5 = Selalu ada	Tidak ada promosi Jarang mendapat hadiah untuk pembelian tertentu atau mendapat hadiah untuk pembelian tertentu Sering mendapat hadiah untuk pembelian tertentu Selalu hadiah untuk pembelian tertentu
Ketahanan terhadap hama (reban)	Ketahanan terhadap lingkungan merupakan daya tahan tanaman rebah, cuaca, hama, penyakit	1 = Sangat rentan 2 = Rentan 3 = Cukup 4 = Tahan 5 = Sangat tahan	Hampir seluruh tanaman rebah Lebih dari 50% tanaman rebah 50% tanaman rebah Kurang dari 50% tanaman rebah Hampir tidak ada tanaman rebah
Kemasakan	Kemasakan yang ditandai dengan perubahan warna kulit	1 = Sangat tidak masak 2 = Tidak masak 3 = Mulai masak	Warna sangat tidak masak Kulit tidak masak



Definisi	Skor	Penerjemahan
Volume benih dalam kemasan	1 = Sangat sedikit 2 = Sedikit 3 = Cukup banyak 4 = Banyak	Volume benih dalam kemasan sangat tidak sesuai dengan kebutuhan Volume benih dalam kemasan tidak sesuai dengan kebutuhan Volume benih dalam kemasan cukup sesuai dengan kebutuhan Volume benih dalam kemasan sesuai dengan kebutuhan Volume benih dalam kemasan sangat sesuai dengan kebutuhan
Ketersediaan benih	1 = Tidak tersedia 2 = Jarang 3 = Kadang-kadang 4 = Tersedia	Benih selalu tidak tersedia saat ingin membeli Benih jarang tersedia saat ingin membeli Benih kadang-kadang tersedia saat ingin membeli Benih tersedia saat ingin membeli
Lokasi penjualan	1 = Sangat sulit 2 = Sulit 3 = Cukup mudah 4 = Mudah 5 = Sangat mudah	Lokasi penjualan diluar kabupaten sendiri Lokasi penjualan didalam kabupaten sendiri Lokasi penjualan diluar kecamatan Lokasi penjualan didalam kecamatan Lokasi penjualan didalam desa
Masa kadaluarsa	1 = Sangat pendek 2 = Pendek 3 = Cukup lama 4 = Lama 5 = Sangat lama	Masa kadaluarsa < 2 bulan Masa kadaluarsa 2 - 3 bulan Masa kadaluarsa 3 - 4 bulan Masa kadaluarsa 4 - 5 bulan Masa kadaluarsa > 5 bulan



Penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin dengan pernyataan sebagai berikut:

Langkah 1.01.5. Untuk mengidentifikasi pernyataan yang benar dan salah.

A. Persepsi Petani Terhadap Perilaku Konsumen Terhadap Merek Benih

Persepsi Petani Terhadap Perilaku Konsumen Terhadap Merek Benih	Skala Likert	Persepsi Petani Terhadap Perilaku Konsumen Terhadap Merek Benih
Persepsi petani terhadap biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli benih jagung hibrida	1 = Sangat mahal 2 = Mahal 3 = Cukup mahal 4 = Murah	Harga beli benih > Rp.80.000,00 Harga beli benih Rp.70.000,00 - Rp.75.000,00 Harga beli benih Rp.60.000,00 - Rp.65.000,00 Harga beli benih Rp.50.000,00 - Rp.59.000,00 Harga beli benih < Rp. 50.000,00
Persepsi petani terhadap pendapatan yang didapatkan petani	1 = Sangat mahal 2 = Mahal 3 = Cukup mahal 4 = Murah 5 = Sangat mahal	Harga beli benih < Rp.2.500,00 Harga beli benih Rp.2.500,00 - Rp.3.000,00 Harga beli benih Rp.3.001,00 - Rp.3.500,00 Harga beli benih Rp.3.501,00 - Rp. 4.000,00 Harga beli benih < Rp. 4.000,00



IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* yaitu di Kabupaten Kediri dengan alasan Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi jagung di Indonesia. Kediri merupakan salah satu kabupaten yang sebagian besar masyarakatnya adalah petani dan menggunakan benih jagung hibrida, terutama di Desa Sebet, Kecamatan Plemahan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2016.

4.2 Metode Penentuan Responden

Penelitian dilakukan pada petani jagung di Desa Sebet, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri yang menggunakan benih jagung hibrida BISI-18. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode acak, tepatnya secara *simple random sampling*. Metode ini hanya menggunakan cara pengambilan sampel secara acak tanpa melihat dari struktur sosial ekonomi. Setiap anggota dari populasi petani jagung mempunyai kemungkinan dan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, serta didasarkan pada *homogenitas* petani pada luas lahan, dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,57 Ha dan standar deviasi sebesar 0,34. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus berikut (Parel et al,1973) :

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal yang harus diambil dari populasi

N = Jumlah populasi

S² = Dugaan varian luas lahan dari populasi

D = Kesalahan sampel yang masih ditolelir (10%)

Z = Nilai Z pada daftar tabel pada tingkat kepercayaan α (90%) yaitu (1,645)

Sedangkan perhitungan S² adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{\sum(X_1 - \bar{X})^2}{n - 1}$$

Berdasarkan rumus dari populasi sebesar 120 diperoleh jumlah sampel sebanyak 22 orang pada lampiran 1. Sampel pada penelitian ini ditingkatkan

hingga 40 orang agar data yang dihasilkan menjadi lebih baik. Perhitungan mengenai penentuan sampel dapat dilihat pada lampiran 1 halaman 76.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah pengumpulan data dengan wawancara dan observasi secara langsung di Desa Sebet. Jenis dan sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

4.3.1 Data Primer

Data primer didapatkan dari tempat penelitian, yaitu pada Desa Sebet dengan cara observasi dan wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait. Wawancara hanya dilakukan kepada petani yang menggunakan benih jagung hibrida. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati fenomena yang berlangsung pada perusahaan yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti.

4.3.2 Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur yang berupa tinjauan pustaka dan data yang merupakan hasil penelitian terdahulu sebagai pendukung dilakukannya penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh dari data sekunder diperoleh buku-buku, hasil penelitian, Website serta lembaga-lembaga atau instansi pemerintah.

4.4 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: analisis keputusan pembelian konsumen, *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Customers Satisfaction Index* (CSI).

4.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini adalah analisis yang menghasilkan output data sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu memiliki dampak faktual yang jelas sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh (Wirartha, 2006).

Metode analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang identitas dan latar belakang konsumen secara keseluruhan serta untuk mengetahui

proses pengambilan keputusan konsumen. Langkah awal dalam analisis deskriptif adalah membuat tabel frekuensi sederhana berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari kuesioner. Data tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, ditabulasikan, kemudian dipersentasikan. Langkah berikutnya adalah menginterpretasikan data hasil tabulasi tersebut.

4.4.2 Analisis Kuantitatif

Berikut ini merupakan langkah-langkah dari analisis kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Pengujian Kuisioner

Responden yang diajukan kuesioner dalam penelitian ini adalah petani jagung. Kuesioner yang diberikan kepada responden perlu diuji dari sisi validitas dan reliabilitas agar data yang dikumpulkan dapat menggambarkan kejadian yang akan diukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut Nazir (2009) jika validitas dan reliabilitas tidak diketahui, maka akibatnya menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun dalam memberikan alasan terhadap hubungan-hubungan antarvariabel. Bahkan secara luas, validitas dan reliabilitas mencakup mutu seluruh proses pengumpulan data sejak konsep disiapkan sampai kepada data siap untuk dianalisis.

A. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2000). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode Cochran Q Test, yaitu dengan memberikan kuesioner kepada responden yang dapat dilihat pada lampiran 1. Kuesioner yang akan diberikan kepada responden mencakup atribut-atribut yang berhubungan dengan benih jagung. Untuk menentukan atribut-atribut apa saja yang melekat pada suatu produk adalah dengan memberikan pertanyaan kepada responden dengan pilihan jawaban “Ya” dan “Tidak”. Dalam pengolahan data, skala yang digunakan adalah skala nominal di mana jawaban “Ya” diberi nilai 1 dan jawaban “Tidak” diberi nilai 0.

Metode Cochran Q Test merupakan riset pendahuluan untuk menentukan atribut-atribut apa saja yang melekat pada produk (Simamora, 2004). Kuesioner pendahuluan diujikan pada 10 orang untuk memenuhi syarat pengujian atribut

Cochran Q Test yang dilakukan terhadap sepuluh persen dari jumlah populasi (Umar, 2000). Hasil kuesioner pendahuluan diuji menggunakan Cochran Q Test dengan tahapan sebagai berikut :

- 1) Hipotesis atas atribut yang akan diuji, yaitu :
 - H₀ : Semua atribut yang memberikan hasil yang sama
 - H₁ : Semua atribut yang memberikan hasil yang berbeda.
- 2) Mencari Q hitung dengan rumus sebagai berikut

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

Di mana :

k = Jumlah atribut yang diuji

C_i = Jumlah yang menjawab “ya” dari setiap blok

R_i = Jumlah yang menjawab “ya” dari semua atribut tiap blok

- 3) Penentuan Q tabel dengan cara Q tabel diukur dengan $\alpha = 0.05$ derajat kebebasan (dk) = jumlah atribut -1 dan akan diperoleh dari tabel chi square distribution (khi kuadrat).
- 4) Keputusan, yaitu :
 - Jika Q hitung > Q tabel, maka tolak H₀
 - Jika Q hitung < Q tabel, maka terima H₀

B. Uji Reliabilitas

Menurut Nazir (2009), reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. Dengan instrumen atau alat ukur yang baik mampu memberikan informasi yang sebenarnya di lapang. Pada penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Rumus Alpha (α). Pengujian reliabilitas dengan Rumus Alpha (α) dilakukan melalui tahap berikut ini :

- 1) Mencari nilai varian (σ^2) tiap butir dengan rumus :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

σ_t^2 = Nilai varian tiap butir n

n = Jumlah sampel

X = Nilai skor yang dipilih

2) Mencari jumlah varian (σ_b^2) dengan rumus :

$$\sum \sigma_b^2 = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 \dots + \sigma_n^2$$

Keterangan :

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian

σ_1^2 = Nilai varian dari butir ke-1

σ_n^2 = Nilai varian dari butir ke-n

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Alat analisis lain yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah seberapa penting suatu atribut bagi pelanggan. Sedangkan tingkat kinerja adalah kinerja aktual dari atribut yang dirasakan oleh konsumen. Tingkat kinerja ini erat kaitannya dengan penilaian konsumen.

Tingkat kepentingan dan kinerja dalam penelitian ini menggunakan 5 tingkat skala Likert. Tingkat kepentingan penilaiannya terdiri dari sangat penting diberi nilai 5, penting diberi nilai 4, biasa diberi nilai 3, tidak penting diberi nilai 2, dan sangat tidak penting diberi nilai 1. Begitu juga untuk kinerja, penilaian dengan 5 tingkat skala dari kinerja yang dianggap sangat tidak baik dengan nilai 1, tidak baik dengan nilai 2, biasa dengan nilai 3, baik dengan nilai 4, sampai kinerja yang dianggap sangat baik dengan nilai 5.

Dalam analisis data ini terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X menunjukkan tingkat kinerja suatu produk, sementara Y menunjukkan tingkat kepentingan konsumen. Bobot penilaian atribut produk setiap responden (X_i) dan bobot penilaian kepentingan setiap responden (Y_i) dirata-rata dan diformulasikan ke dalam diagram kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap kinerja (\bar{X}) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan atribut (\bar{Y}). Rumusnya :

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

Dimana :

\bar{X} = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut produk

\bar{Y} = bobot rata-rata penilaian kepentingan pelanggan

n = jumlah responden

Diagram kartesius yang dimaksud di sini adalah suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (\bar{X}, \bar{Y}). Nilai \bar{X} dan \bar{Y} digunakan sebagai pasangan koordinat titik-titik atribut yang memposisikan suatu atribut terletak dimana pada diagram kartesius. Rumusnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

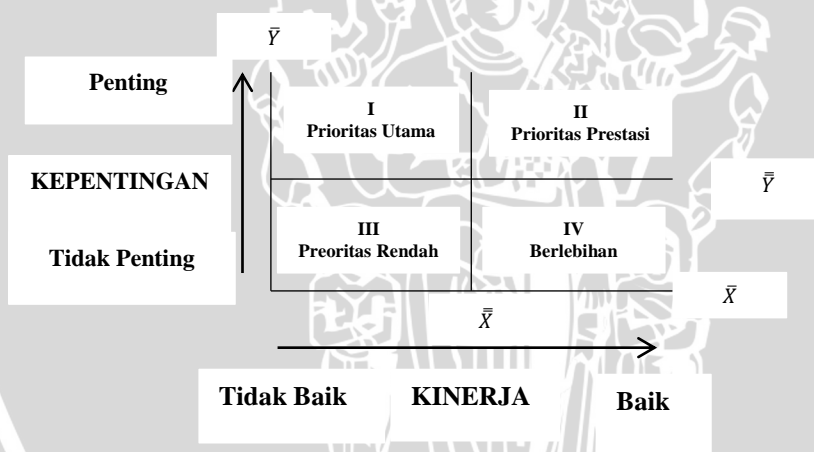
Dimana :

X = rata-rata dari rata-rata bobot tingkat kinerja responden atribut produk

Y = rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan responden atribut produk

K = banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Penjabaran diagram kartesius ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 5. Diagram Kartesius (*Important and Performance Analisis*)

Sumber : Supranto (2000)

Keterangan :

- Prioritas Utama adalah atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi, namun memiliki kinerja di bawah rata-rata atau dinilai konsumen kurang memuaskan. Dengan demikian, kinerja atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus ditingkatkan agar dapat memuaskan konsumen.
- Pertahankan Prestasi adalah atribut pada kuadran II menjadi kekuatan produk

karena memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Semua atribut harus tetap dipertahankan karena atribut-atribut ini merupakan keunggulan dari produk tersebut.

- c. Prioritas Rendah adalah atribut pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif rendah. Peningkatan kinerja atribut-atribut yang termasuk pada kuadran ini sebaiknya dilakukan setelah kinerja atribut-atribut pada kuadran I telah ditingkatkan sehingga sesuai dengan harapan konsumen karena peningkatan kinerja atribut-atribut pada kuadran III dianggap tidak penting oleh konsumen.
- d. Berlebihan adalah atribut yang berada pada kuadran ini adalah atribut yang memiliki kinerja relatif baik namun tingkat kepentingannya rendah. Kinerja atribut-atribut pada kuadran ini dianggap berlebihan oleh konsumen sehingga investasi pada atribut-atribut pada kuadran ini sebaiknya dialihkan pada peningkatan kinerja atribut-atribut pada Kuadran I.

3. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Metode pengukuran CSI ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut (Stratford, 2007):

- I. Menghitung *weighting factors* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *mean important score* (MIS) masing-masing atribut menjadi angka persentase (%) dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji. Rumusnya :

$$WF = \frac{MSi_i}{Total MIS} \times 100\%$$

Dimana: i = atribut ke- i

- II. Menghitung *weighted score* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan atau *mean satisfaction score* (MSS) masing-masing atribut dengan *weighting factors* masing-masing atribut. Rumusnya :

$$WS = MSS \times WF$$

- III. Menghitung *weighted average total* (WAT), yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut. Dalam penelitian ini, atribut berjumlah 20. Rumusnya :

$$WAT = WS_1 + WS_2 + \dots + WS_{20}$$

IV. Menghitung *customer satisfaction index* (CSI), yaitu *weighted average total* (WAT) dibagi *highest scale* (HS) atau skala maksimal yang digunakan (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5), kemudian dikali 100% .

Rumusnya :

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar dari 0 – 100%. Berdasarkan Simamora (2005), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama kita cari rentang skala (RS) dengan rumus :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Dimana :

m = skor tertinggi

n = skor terendah

b = jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Untuk penelitian ini, rentang skalanya adalah :

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{5} = 20\%$$

Berdasarkan rentang skala di atas, maka kriteria kepuasannya adalah sebagai berikut :

0% < CSI ≤ 20% = sangat tidak puas

20% < CSI ≤ 40% = tidak puas

40% < CSI ≤ 60% = biasa

60% < CSI ≤ 80% = puas

80% < CSI ≤ 100% = sangat puas

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

5.1.1 Keadaan Geografis

Desa Sebet merupakan sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Plemahan tepatnya di Kabupaten Kediri. Desa ini memiliki ketinggian 71 meter di atas permukaan laut. Desa Sebet memiliki curah hujan rata-rata per tahun antara 2000 – 3000 mm, dengan bulan basah rata rata 3 bulan dan bulan kering rata rata 9 bulan. Suhu rata-rata desa ini antara 24⁰ C – 26⁰ C. Wilayah Desa Sebet berbatasan dengan:

Utara : Desa Ngino

Timur : Desa Sidowarek

Selatan: Desa Puhjarak

Barat : Desa Payaman

5.1.2 Tata Guna Lahan

Luas wilayah keseluruhan Desa Sebet adalah 205 ha. Lahan di Desa Sebet terbagi ke dalam berbagai penggunaan lahan seperti disajikan pada tabel 2 berikut. Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa penggunaan lahan terbanyak di Desa Sebet adalah persawahan, yaitu sebesar 84,87% dari luas wilayah desa, sedangkan untuk pemukiman dan pekarangan sebesar 12,19% (25 ha) dan 1,46% (24 ha) atau sawah secara keseluruhan sebesar 13,65% dari luas wilayah dan berada pada peringkat kedua setelah penggunaan lahan untuk persawahan. Sementara itu, penggunaan lahan untuk perkantoran dan prasarana umum lainnya hanya 0,48% (1 ha) dan 0,97% (2 ha).

Tabel 4. Penggunaan Lahan Menurut Luasnya di Desa Sebet, Tahun 2015.

No.	Tata Guna Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1.	Pemukiman	25	12.19
2.	Persawahan	174	84.87
3.	Perkebunan	0	00.00
4.	Kuburan	0	00.00
5.	Pekarangan	3	01.46
6.	Taman	0	00.00
7.	Perkantoran	1	00.48
8.	Prasarana umum lainnya	2	00.97
Total		205	100,00

Sumber: *Data Sekunder diolah, Profil Desa Sebet, 2016*

5.1.3 Keadaan Penduduk

Komposisi jumlah penduduk di Desa Sebet berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Komposisi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Sebet, Tahun 2015

No.	Jenis kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	942	49,70
2.	Perempuan	953	50,30
Total		1895	100,00

Sumber: *Data Sekunder diolah, Profil Desa Sebet, 2016*

Data tabel 5 menunjukkan jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan sedikit lebih banyak yaitu sebesar 953 jiwa atau 50,30%. Sedangkan penduduk berjenis kelamin laki-laki memiliki persentase 49,70% atau sebesar 942 jiwa. Dengan keseluruhan jumlah total penduduk Desa Sebet sebesar 1895 orang.

5.2 Karakteristik Responden

Karakteristik petani jagung merupakan ciri yang melekat pada diri petani. Karakteristik petani diperlukan dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara petani sebagai konsumen dengan dikaitkan kepada atribut-atribut yang terdapat benih jagung hibrida di Kabupaten Plemahan. Karakteristik tersebut meliputi usia, tingkat pendidikan, lama pengalaman dalam bertani jagung, tingkat pendapatan, status kepemilikan lahan, luas lahan, produksi dan produktivitas. Karakteristik petani yang beragam akan mempengaruhi pola pikir petani terhadap atribut-atribut yang ada pada benih jagung hibrida. Sehingga masing-masing karakteristik tersebut akan diuraikan di bawah ini.

5.2.1 Usia

Hasil dari penelitian berdasarkan dari sebaran usia, menunjukkan bahwa jumlah responden yang telah menanam jagung didominasi oleh petani yang sudah cukup umur yaitu antara umur 36-50, hal ini disebabkan karena mereka sudah menjadi petani sejak masih muda. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 bahwa kelompok yang berumur 36-50 tahun sebesar 53% lebih banyak bila dibandingkan dengan golongan umur lainnya seperti golongan responden yang berumur 51-65 sebesar 10%, sedangkan golongan umur responden yang yang berumur antara 20-

35 tahun hanya 13% dan golongan umur responden yang berumur 51-65 tahun sebesar 10%. Data mengenai golongan umur petani jagung dapat dilihat pada l.

Tabel 6. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Umur di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	20 – 35	4	10,00
2.	36 – 50	21	53,00
3.	51 – 65	10	25,00
4.	≥ 66	5	13,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.2.2 Status Pernikahan

Status pernikahan petani jagung hibrida di Desa Sebet secara keseluruhan petani sudah menikah dengan persentase sebesar 100%. Hal ini terjadi karena didukung dengan usia yang sudah cukup untuk berkeluarga. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Status Pernikahan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Status Pernikahan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Menikah	40	100,00
2.	Belum Menikah	0	00,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.2.3 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan petani merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penyerapan teknologi baru dan luasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh petani. Tingkat pengetahuan, sikap serta keterampilan petani akan mempengaruhi pola dari usaha tani yang diterapkan. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan petani jagung menunjukkan bahwa beberapa petani jagung tidak mengenyam pendidikan formal sebesar 15%. Petani jagung yang telah mengenyam pendidikan formal sebesar 85%. petani merupakan tamatan SD 55%, tingkat SMP 20%, dan pada tingkat SMA sebesar 10%. Sedangkan pada tingkat Diploma dan Sarjana belum ditemukan. Data mengenai tingkat pendidikan petani jagung hibrida dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak sekolah	6	15,00
2.	SD	22	55,00
3.	SMP	8	20,00
4.	SMA	4	10,00
5.	Diploma	0	00,00
6.	Sarjana	0	00,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.2.4 Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan petani jagung sangat mempengaruhi tingkat daya beli terhadap suatu produk. Semakin banyak waktu untuk bekerja maka semakin banyak pendapatan yang dihasilkan. Hasil dari wawancara dengan petani jagung menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata perbulan yang dimiliki oleh petani lebih banyak didominasi oleh petani berpendapatan lebih dari 2.000.000 yaitu 20 orang sebesar 50%. Persentase pendapatan terbesar ke dua adalah pendapatan sekitar 1000.000 sampai dengan 1.999.999 dengan jumlah responden sebanyak 12 orang sebesar 30%. Persentase pendapatan yang ketiga adalah dari 500.000 sampai 999.999 sebanyak 4 orang sebesar 10 dan yang terakhir adalah pendapatan sekitar kurang dari 500.000 sebesar 10%. Besarnya pendapatan petani dipengaruhi oleh luas lahan yang ditanami jagung. Persentase pendapatan rata-rata perbulan yang di peroleh oleh petani dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Tingkat Pendapatan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Pendapatan Rata-Rata Perbulan (Rupiah)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 500.000	4	10,00
2.	500.000-999.999	4	10,00
3.	1000.000-1.999.999	12	30,00
4.	> 2000.000	20	50,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.2.5 Pengalaman Bertani Jagung

Semua petani telah menanam jagung hibrida sejak lama. Kebanyakan petani beralasan bahwa jagung cocok dengan kondisi musim di Desa Sebet serta

resiko yang kegagalan yang kecil. Berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan bahwa semua petani yang memiliki pengalaman menanam jagung hibrida selama lebih dari 5 tahun. Hal ini disebabkan semua petani mulai menanam jagung hibrida ketika jagung hibrida dipasarkan di Desa Sebet. Persentase pengalaman bertani jagung petani dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Pengalaman Bertani di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Kisaran Pengalaman Bertani (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	> 2	0	00,00
2.	3 – 5	0	00,00
3.	>5	40	100,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.2.6 Status Kepemilikan Lahan

Status kepemilikan lahan merupakan suatu penjelasan atau identitas lahan yang dimiliki oleh seseorang. Berdasarkan hasil wawancara sebagian besar status kepemilikan lahan petani adalah milik pribadi sebanyak 23 orang dengan presentasi sebesar 57,50% dan petani yang lahannya sewa ada 16 orang dengan presentasi sebesar 40% . Kemudian untuk status kepemilikan lahan kebanyakan lahan yang dimiliki oleh pemilik penggarap ini berasal dari warisan turun temurun dari orang tuanya. Sedangkan hanya ditemukan 1 orang dengan presentase 2,5% petani yang status kepemilikan lahannya bagi hasil/maro. Persentase status kepemilikan lahan petani dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik Petani Jagung Hibrida Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Status Kepemilikan Lahan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Milik Pribadi	23	57,50
2.	Sewa	16	40,00
3.	Bagi Hasil/Maro	1	2,50
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Responden yang diajukan kuesioner dalam penelitian ini adalah petani jagung. Kuesioner yang diberikan kepada responden perlu diuji dari sisi validitas dan reliabilitas agar data yang dikumpulkan dapat menggambarkan kejadian yang akan diukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut Nazir (2009) jika validitas dan reliabilitas tidak diketahui, maka akibatnya menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun dalam memberikan alasan terhadap hubungan-hubungan antarvariabel. Bahkan secara luas, validitas dan reliabilitas mencakup mutu seluruh proses pengumpulan data sejak konsep disiapkan sampai kepada data siap untuk dianalisis.

5.3.1 Uji Validitas

Alat uji yang digunakan adalah uji korelasi *Alpha Cronbach*, dimana pertanyaan dikatakan memiliki validitas tinggi jika r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel untuk $n = 40$ adalah 0,312 dengan taraf signifikansi sebesar 5%, maka nilai r tabel harus lebih 0,312 agar dapat dinyatakan valid. Berdasarkan tahapan uji validitas untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang telah dilakukan, diperoleh atribut yang nilai r hitung tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan lebih rendah dari nilai r tabel yaitu kemasan dengan nilai r hitung sebesar 0,288 dan 0,146, harga jual jagung dengan nilai r hitung sebesar 0,283 dan 0,134, iklan dengan nilai r hitung sebesar 0,190 dan 0,029, promosi dengan nilai r hitung sebesar 0,152 dan 0,046, lokasi penjualan dengan nilai r hitung sebesar 0,226 dan 0,061, ketersediaan benih dengan nilai r hitung sebesar 0,227 dan 0,197, umur tanaman dengan nilai r hitung sebesar 0,118 dan 0,066, masa kadaluarsa dengan nilai r hitung sebesar 0,073 dan 0,286 dan tahan rebah dengan nilai r hitung sebesar 0,004 dan 0,045 yang tidak valid dengan r hitung kurang dari r tabel. Uji validitas pada tingkat kepercayaan dan tingkat kepuasan terdapat 9 atribut yang tidak valid. Pada tabel 12 dapat diketahui bahwa tidak semua atribut produk valid.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Pada Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No.	Atribut Produk	Tingkat Kepentingan (r hitung)	Keterangan	Tingkat Kinerja (r hitung)	Keterangan
1.	Merek	0,481	Valid	0,373	Valid
2.	Kemasan	0,288	Tidak Valid	0,146	Tidak Valid
3.	Volume benih	0,583	Valid	0,664	Valid
4.	Sertifikasi	0,396	Valid	0,426	Valid
5.	Harga beli benih	0,382	Valid	0,481	Valid
6.	Harga jual jagung	0,283	Tidak Valid	0,134	Tidak Valid
7.	Potongan harga	0,355	Valid	0,515	Valid
8.	Iklan	0,190	Tidak Valid	0,029	Tidak Valid
9.	Promosi	0,152	Tidak Valid	0,046	Tidak Valid
10.	Ketersediaan benih	0,226	Tidak Valid	0,061	Tidak Valid
11.	Lokasi penjualan	0,533	Valid	0,639	Valid
12.	Hasil produksi	0,227	Tidak Valid	0,197	Tidak Valid
13.	Kualitas jagung	0,442	Valid	0,519	Valid
14.	Daya tumbuh	0,118	Tidak Valid	0,066	Tidak Valid
15.	Umur tanaman	0,073	Tidak Valid	0,286	Tidak Valid
16.	Masa kadaluarsa	0,480	Valid	0,570	Valid
17.	Tahan HPT	0,451	Valid	0,539	Valid
18.	Tahan Rebah	0,004	Tidak Valid	0,045	Tidak Valid

r tabel = 0,312

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan dari suatu hasil pengukuran. Uji reliabilitas yang dilakukan meliputi beberapa indikator yaitu pengukuran mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dengan alat bantu SPSS. Adapun hasil uji reliabilitas dari kinerja dan kepentingan sebagai berikut. Pengujian dengan *Alpha Cronbach* memiliki syarat agar dinyatakan reliabel yaitu nilai *Alpha Cronbach* harus lebih besar dari pada nilai r tabel.

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Chonbach	Keterangan
Kepentingan	0,446	Reliabel
Kepuasan	0,497	Reliabel

r tabel = 0,312

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Variabel kepentingan dan kepercayaan dapat diketahui bahwa dengan nilai *Alpha Chonbach* sebesar 0,446 dan 0,497 yang lebih besar daripada nilai *r* tabel sebesar 0,312. Maka masing-masing dari setiap variable dapat dinyatakan reliable atau dapat dikatakan bahwa hasilnya akan konsisten jika diuji berkali-kali pada responden.

5.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Benih Jagung Hibrida

Analisis keputusan pembelian konsumen digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dimana dapat dilihat preferensi petani terhadap suatu produk. Keputusan pembelian dalam mengkonsumsi barang dan jasa ditentukan oleh perilaku konsumen yang bersangkutan. Suatu keputusan merupakan pilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka dia harus memiliki pilihan alternatif. Proses Keputusan pembelian diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Berikut ini adalah penjelasan mengenai tahapan-tahapan proses pembelian dan penggunaan benih jagung hibrida.

5.4.1 Pengenalan Kebutuhan

Pengambilan keputusan dimulai dengan pengenalan kebutuhan. Proses pengenalan kebutuhan akan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah yaitu terdapat suatu perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sesungguhnya. Oleh karena itu konsumen sendiri harus mengetahui keinginannya, yang mendasari hal tersebut konsumen harus mempunyai motivasi serta harapan atau keadaan yang diinginkan. Untuk memotivasi petani untuk membeli dan menggunakan benih jagung hibrida, maka perlu diketahui motivasi utama yang membuat petani menanam benih jagung hibrida.

Penelitian ini dilakukan pada petani yang berjumlah 40 orang, berdasarkan hasil wawancara dengan petani menunjukkan bahwa yang menjadi motivasi utama petani untuk menanam benih jagung hibrida adalah karena hasil produksi yang tinggi yaitu sebesar 45%. Harga benih yang murah serta ketahanan tanaman terhadap serangan menjadi motivasi terbesar kedua setelah hasil produksi dengan persentase sebesar 17,50%. Sudah biasa menanam benih jagung hibrida

merupakan motivasi terbesar ketiga sebesar 15%. Sedangkan ada beberapa petani yang ingin mencoba benih jagung hibrida dengan presentase sebesar 5%.Sedangkan tidak ada petani yang termotivasi karena permintaan tinggi dan harga jual yang tinggi, hal ini disebabkan tengkulak yang selalu menerima berapapun hasil panen, serta harganya rendah yang ditetapkan oleh tengkulak. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 14. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Motivasi Menanam Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Motivasi Menanam Benih	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Hasil produksi tinggi	18	45,00
2.	Harga benih murah	7	17,50
3.	Tahan HPT	7	17,50
4.	Permintaan tinggi	0	00,00
5.	Harga jual tinggi	0	00,00
6.	Sudah biasa	6	15,00
7.	Ingin mencoba	2	05,00
8.	Lainnya	0	00,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Petani menilai bahwa penggunaan benih bermutu (bersertifikat) pada saat ini sangat penting. Hal ini disebabkan benih yang dibuat sendiri hasilnya tidak sebgus benih yang bersertifikat. Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa penggunaan benih bersertifikat sangat penting dan penting yaitu sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 72.50%, petani berpendapat bahwa benih yang bersertifikat sudah terjamin mutunya. Bahkan jika ada benih yang tidak tumbuh dapat dikembalikan dan ditukan dengan benih yang baru. Benih bersertifikat telah mengalami proses sertifikasi mulai dari lapangan sampai proses pemeriksaan laboratorium dan diawasi oleh instansi pemerintah, dan sisanya menganggap bahwa biasa saja terhadap penggunaan benih bersertifikat sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 27.50%. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 15. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Pentingnya Menggunakan Benih Jagung Hibrida Bersertifikat di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Pentingnya Sertifikasi Benih	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Sangat penting	10	25,00
2.	Penting	19	47,50
3.	Biasa	11	27,50
4.	Tidak penting	0	00,00
5.	Sangat tidak penting	0	00,00
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.4.2 Pencarian Informasi

Setelah proses pengenalan kebutuhan oleh konsumen maka tahap selanjutnya dalam proses keputusan pembelian maupun penggunaan benih jagung hibrida adalah pencarian informasi. Pencarian informasi dimulai saat konsumen menyadari bahwa kebutuhan tersebut bisa terpenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan didalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal). Sama halnya dengan petani, informasi mengenai benih jagung hibrida akan mempengaruhi petani dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian benih jagung hibrida dalam budidaya jagung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani menunjukkan bahwa responden mengetahui informasi benih jagung yang paling banyak berasal dari teman sesama petani sebanyak 35 orang dengan presentase sebesar 87,5% dan dari toko pertanian hanya sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 12,5%. Responden hanya mendapat informasi mengenai dari rekan sesama petani atau hanya melihat rekan sesama petani lainnya menanam jagung. Kemudian terjadi pertukaran informasi mengenai benih jagung hibrida, mulai dari merek harga benih hingga performa dari benih. Sedangkan tidak ada responden yang mendapatkan informasi mengenai benih jagung hibrida dari penyuluh pertanian lapang (PPL) dan kelompok tani. Kelompok tan tidak ada memberikan informasi mengenai benih jagung hibrida, sedangkan untuk Penyuluh Pertanian Lapang juga memberikan informasi mengenai benih jagung hibrida, PPL hanya memberikan informasi

mengenai perawatan dan penanggulangan terhadap hama dan penyakit. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 16. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Sumber Informasi	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Teman/petani lainnya	35	87,50
2.	Kelompok tani	0	00,00
3.	PPL	0	00,00
4.	Toko	5	12,50
Total		40	100,00

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.4.3 Evaluasi Alternatif

Tahap evaluasi alternatif merupakan tahapan konsumen saat memilih kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan keinginan dan kebutuhan untuk membuat suatu keputusan pembelian ataupun penggunaan. Alasan utama yang dijadikan dasar dalam pertimbangan petani untuk menggunakan (membeli) benih jagung hibrida adalah hasil produksi sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 45%, kualitas jagung sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 22,5%, Harga benih sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 17,5% dan tahan HPT sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 15%. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 17. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Atribut yang Paling Dipertimbangkan Untuk Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Atribut Yang Dipertimbangkan	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Merek	0	00,00
2.	Kemasan	0	00,00
3.	Volume benih	0	00,00
4.	Sertifikasi	0	00,00
5.	Harga beli benih	7	17,50
6.	Harga jual jagung	0	00,00
7.	Potongan harga	0	00,00
8.	Iklan	0	00,00
9.	Promosi	0	00,00
10.	Ketersediaan benih	0	00,00
11.	Lokasi penjualan	18	45,00
12.	Hasil produksi	9	22,50
13.	Kualitas jagung	0	00,00

Lanjutan tabel 17. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Atribut yang Paling Dipertimbangkan Untuk Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Atribut Yang Dipertimbangkan	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
15.	Umur tanaman	0	00,00
16.	Masa kadaluarsa	0	00,00
17.	Tahan HPT	6	15,00
18.	Tahan rebah	0	00,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Mayoritas petani di Desa Sebet lebih mengutamakan hasil panen, kualitas jagung, harga benih dan ketahanan tanaman terhadap hama dan penyakit tanaman dibandingkan atribut yang lain. Semua responden tidak terpengaruh akan kemasan yang menarik maupun volume benih dalam pembelian benih jagung hibrida, bahkan ada beberapa responden yang tidak memperhatikan kemasannya. Untuk harga jual, responden tidak dapat menentukan harga sebab tengkulak yang menentukan harga, dan harganya menurut responden sangatlah fruktatif.

5.4.4 Keputusan Pembelian dan Penggunaan

Setelah pencarian informasi, tahap selanjutnya adalah pengambilan keputusan dalam pembelian benih jagung hibrida. Dalam proses pembelian konsumen harus memutuskan tempat untuk membeli produk yang sesuai dengan keinginan. Berdasarkan wawancara dengan responden seluruh responden sebanyak 40 orang dengan presentase 100% membeli benih di toko pertanian. Hal ini disebabkan responden percaya bahwa benih yang dibeli ditoko pertanian lebih terjamin dan dapat ditukar bila benih tidak tumbuh. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 18. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Tempat Petani Membeli Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Tempat Pembelian Benih	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Penangkar benih	0	00,00
2.	Toko	40	100,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Kebutuhan benih jagung untuk setiap lahan berbeda-beda, semakin besar lahannya maka semakin besar pula kebutuhannya. Menurut Badan Litbang Pertanian untuk kebutuhan benih jagung adalah 25 kg/ha. Sedangkan dari hasil wawancara dengan responden, petani di Desa Sebet mempunyai kebiasaan dalam penggunaan benih jagung sebanyak 4kg/0,14ha dan untuk 1ha responden dapat menggunakan benih hingga 30 kg. Responden mengatakan jika mengikuti anjuran dari penyuluh, hasilnya kurang maksimal. Pengetahuan ini didapat dari orang tua dan rekan sesama petani. Berdasarkan Tabel 17 menjelaskan bahwa responden dengan lahan yang luas, kebutuhan akan benihnya lebih dari 13 kg permusim tanam sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 47,5%. Diikuti dengan responden yang kebutuhan benihnya 9 – 12 kg permusim tanam sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 12,5%. Sedangkan untuk responden yang membutuhkan benih kurang dari 5 kg dan 5 – 8 kg permusimtanam ada sebanyak 7 dan 9 orang dengan persentase sebesar 17,5% dan 22,5%. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 19. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Kebutuhan Benih Jagung Hibrida Permusim Tanam di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Kebutuhan Benih	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 5	7	17,50
2.	5 - 8	9	22,50
3.	9-12	5	12,50
4.	>13	19	47,50
	Total	40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.4.5 Hasil

Setelah konsumen membeli dan merasakan kegunaan dari produk yang telah dibeli, maka konsumen akan mengevaluasi kinerja dari produk yang telah dibeli. Fruktuasi harga dari suatu produk dapat memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara apabila harga benih jagung mengalami kenaikan maka responden akan tetap membeli sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 52,5%, hal ini terjadi karena responden sudah percaya akan kinerja dari benih jagung hibrida, sedangkan responden lainnya sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 47,5%, akan mengganti benih jika harganya mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan

responden lebih memilih yang lebih murah agar sesuai dengan anggaran dan beberapa responden beranggapan bahwa kualitasnya sama. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 20. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Evaluasi Pasca Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Evaluasi Pasca Pembelian	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tetap membeli	21	52,50
2.	Mengganti merek lain	19	47,50
3.	Tidak membeli	0	00,00
4.	Lainnya	0	00,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Proses pembelian biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berpengaruh dalam memutuskan pembelian dan penggunaan suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh responden sendirilah yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian benih jagung hibrida sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar 100%. Hal ini disebabkan tidak ada ajakan dari kelompok tani untuk menanam benih jagung hibrida, sehingga petani di Desa Sebet cenderung berjalan sendiri-sendiri. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 21. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Pihak yang Berpengaruh Dalam Pembelian Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Pihak Yang Berpengaruh	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Kehendak Sendiri	40	100,00
2.	Kelompok tani	0	00,00
3.	Lainnya	0	00,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Ketersediaan produk akan sangat mempengaruhi konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Jika benih yang diinginkan dan dibutuhkan petani tidak tersedia maka petani akan berinisiatif untuk mencari benih ditempat lain atau petani akan mengganti benih lainnya. Hasil wawancara berdasarkan faktor kesediaan benih menunjukkan bahwa apabila benih yang dijual di toko pertanian habis maka semua responden sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar 100% akan mencari benih jagung hibrida ke toko lainnya bahkan hingga keluar

kecamatan. Seluruh responden tidak ada yang berminat untuk menggunakan benih buatan sendiri, hal ini disebabkan dari proses pembuatan benih yang memakan waktu serta ketidakpastian dari hasil dari benih yang dibuat sendiri. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 22. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Ketersediaan Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Jika Benih Tidak Tersedia	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Menggunakan benih sendiri	0	00,00
2.	Mencari ketempat lain	40	100,00
3.	Lainnya	0	00,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Responden yang merasa ada sesuatu yang kurang jika responden tidak membeli benih dengan merek yang sama, karena petani sudah terbiasa untuk menggunakan benih tersebut, banyaknya petani yang merasa ada yang kurang jika tidak membeli benih sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 75%. Hal ini terjadi karena petani merasa takut akan hasil produksi. Sedangkan petani yang perasaannya biasa saja ketika tidak membeli benih yang sama sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 25%. Hal ini disebabkan responden biasanya menggunakan benih berdasarkan pengalaman, jika hasilnya buruk maka diganti, jika hasilnya baik tetap dipertahankan dan biasanya berorientasi pada hasil panen yang tinggi. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 23. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Perasaan Jika Tidak Membeli Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Perasaan Jika Tidak Membeli Benih Yang Sama	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Merasa ada yang kurang	30	75,00
2.	Biasa saja	10	25,00
3.	Lainnya	0	00,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Setelah pembelian dilakukan dan responden memperoleh hasilnya maka responden akan merasa puas atau tidak puas terhadap benih yang dibeli dan digunakan. Dari hasil wawancara dengan responden 24 dari 40 responden yang

diwawancara dengan persentase sebesar 60% merasa puas dengan kinerja dari benih jagung hibrida. Hal ini disebabkan hasil panen yang baik dan tanaman cukup tahan dengan serangan hama dan penyakit. Sedangkan sisanya sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 40% merasa tidak puas dengan kinerja benih jagung hibrida. Hal ini disebabkan tanaman yang tidak tahan dengan hama dan penyakit, sehingga menyebabkan responden hanya panen lebih sedikit dari ekspektasi responden. Data sebaran responden dapat dilihat lebih detail pada lampiran 4 halaman 97.

Tabel 24. Sebaran Persentase Responden Berdasarkan Kepuasan Responden Terhadap Kinerja Benih Jagung Hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

No.	Kepuasan terhadap benih	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Puas	24	60,00
2.	Tidak Puas	16	40,00
Total		40	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

5.5 Analisis Kepuasan

5.5.1 Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dengan Metode IPA

Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja merupakan analisis yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut (Sumarwan, 2002). Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (performance expectation), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan oleh konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen (actual performance) sebenarnya adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk tersebut. Selain itu dari tingkat kepentingan dan kinerja akan diketahui sejauh mana tingkat kinerja dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Didalam mengevaluasi tingkat kebutuhan konsumen terhadap suatu produk maka konsumen akan menilai berbagai atribut. Jumlah atribut yang akan dibahas pada petani yang

menggunakan benih jagung hibrida adalah 9 atribut yaitu merek, volume benih dalam kemasan, sertifikasi benih, harga beli benih, potongan harga, iklan benih, hasil produksi, daya tumbuh, ketahanan terhadap hama dan penyakit, ketahanan terhadap lingkungan (rebah). Keseluruh atribut ini diperoleh dari referensi-referensi skripsi dan jurnal.

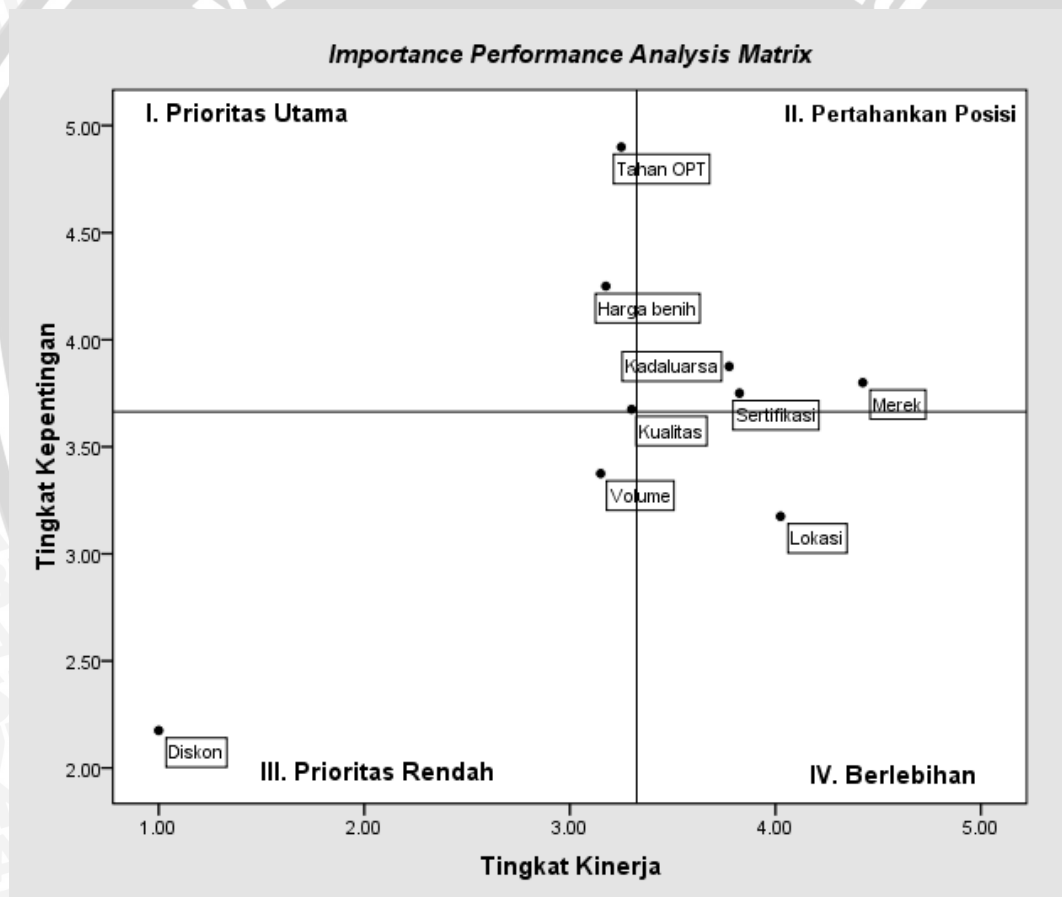
Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam menimbang atribut mana yang dianggap penting. Mereka akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan atribut yang dicarinya. Hasil penilaian konsumen terhadap kinerja benih jagung hibrida diolah dengan menggunakan alat analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), dimana dengan menggunakan metode ini dapat diketahui atribut mana saja yang memuaskan dan tidak memuaskan konsumen serta atribut-atribut yang dianggap penting bagi konsumen dan kinerjanya belum memuaskan. Atribut dari faktor kepentingan ditunjukkan dengan tanda Y sedangkan tingkat kinerja ditunjukkan dengan tanda X.

Setelah diperoleh nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut, selanjutnya nilai-nilai tersebut dimasukkan kedalam diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran. Masing-masing kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dapat memudahkan pihak perusahaan untuk melakukan perbaikan-perbaikan pada atribut yang dianggap penting bagi konsumen akan tetapi memiliki kinerja yang rendah dan harus segera diperbaiki dalam jangka waktu yang relatif cepat. Karena atribut yang melekat pada suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, maka jika faktor-faktor yang dirasakan belum memuaskan maka perlu untuk diperbaiki seiring dengan berjalannya waktu.

Atribut-atribut yang ada dalam kuadran I dianggap paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena keberadaan atribut-atribut ini dinilai penting oleh konsumen tetapi tingkat kinerjanya rendah sehingga dalam kuadran ini perlu adanya peningkatan kinerjanya agar optimal. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran II antara kinerja dan tingkat kepentingan pada suatu atribut berada pada tingkat yang tinggi dan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga perlu dipertahankan kinerja atribut tersebut. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran III merupakan atribut dimana tingkat kepentingan dan kinerja berada pada tingkat

rendah. Meskipun atribut- atribut pada kuadran ini perlu ditingkatkan kinerjanya namun peningkatan kinerja tersebut tidak menjadi suatu prioritas utama, sehingga belum perlu melakukan perbaikan. Atribut pada kuadran IV merupakan atribut dimana tingkat kinerjanya tinggi sedangkan tingkat kepentingannya rendah. Kinerja atribut-atribut ini perlu dipertimbangkan kembali karena dirasakan terlalu berlebih dalam pelaksanaannya. Setiap kuadran tersebut dapat dijelaskan dengan interpretasi.

Nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja petani yang menggunakan benih jagung hibrida yang diplotkan pada diagram kartesius dengan \bar{X} sebesar 3.32 dan \bar{Y} sebesar 3.66 menghasilkan diagram sebagai berikut:



Gambar 6. *Importance Analysis Matrix* Benih Jagung Hibrida

Hasil diagram kartesius Berdasarkan Gambar 6 untuk responden yang menggunakan benih jagung hibrida dapat dilihat pada Tabel 25.



Tabel 25. Hasil *Importance Performance Analysis* benih jagung hibrida di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
Harga benih	Merek	Diskon	Lokasi
Tahan OPT	Sertifikasi Benih	Volume	
Kualitas Jagung	Masa Kadaluaarsa		

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Pada diagram kartesius terlihat posisi atribut-atribut dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan responden terhadap benih jagung hibrida. Keterangan dari diagram kartesius dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut pada kuadran I dianggap penting oleh petani tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut kinerjanya belum sesuai dengan ekspektasi responden, sehingga responden merasa tidak puas. Atribut pada kuadran ini harus mendapat perhatian lebih agar kinerjanya bisa meningkat. Atribut yang termasuk kedalam kuadran I adalah tahan hama dan penyakit, harga benih, dan kualitas jagung.

Ketahanan benih jagung hibrida terhadap hama dan penyakit tanaman memiliki tingkat kepentingan tertinggi dengan tingkat kinerja yang cukup baik. Responden banyak mengeluhkan tentang rentannya tanaman terhadap penyakit *downy mildew* atau biasa disebut dengan bulai. Penyakit yang menyerang jagung mulai dari fase vegetatif pada umur 14 hari setelah tanam hingga usia 40 hari setelah tanam. Penyakit ini disebabkan oleh jamur *Peronosclerospora maydis* yang menjadi serangan penyakit utama dan sangat dikhawatirkan oleh responden. Hal ini disebabkan tidak diketahuinya sebab dari penyakit bulai dan belum ada penanganan yang terbukti berhasil dalam menanggulangi penyakit tersebut mulai dari pupuk, pestisida dan perawatan, bahkan responden mengaku Penyuluh Pertanian Lapangan tidak dapat memberikan solusi dalam penanganan tanaman jagung yang terserang bulai. Penyakit bulai dapat menyebabkan responden kehilangan hasil hingga 50% dari total keseluruhan lahan. Lahan seluas 0,14 ha dengan menggunakan benih sebanyak 4 kg yang biasanya dapat menghasilkan kisaran 600 kg – 800 kg, jika terserang bulai hanya dapat menghasilkan 450 kg.

Harga benih memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan tingkat kinerja cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh harga benih yang dinilai oleh responden masih terlalu mahal dengan kisaran harga benih jagung hibrida saat ini seharga

Rp. 50.000,00 – Rp. 65.000,00. Responden berharap harga diturunkan setidaknya Rp. 25.000,00 – Rp. 40.000,00 yang dirasa masih sesuai dengan kemampuan finansial dari responden. Sebab kebutuhan yang perlu dipenuhi dalam budidaya tidak hanya benih, tapi pupuk, pestisida, irigasi dan kebutuhan sehari-hari.

Kualitas jagung memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi dan tingkat kinerja yang tinggi. Kualitas yang dimaksud adalah ukuran tongkol jagung dan bobot dari jagung. Responden menilai kualitas jagung belum memenuhi harapan, dengan ukuran tongkol jagung dan bobot yang relatif sedang dengan ukuran 15 – 20 cm dan bobot 250 – 320 gram/tongkol yang dirasa sangat mempengaruhi mempengaruhi hasil panen. Responden mengaku pada musim tanam sebelumnya ukuran jagung dapat mencapai 30 cm dan bobot hingga 400 gram/tongkol.

2. Kuadran II (pertahankan posisi)

Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran II ini merupakan atribut dimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya tinggi, sehingga konsumen merasa puas akan kinerja dari suatu produk. Atribut yang termasuk pada kuadran dua adalah masa kadaluarsa, merek dan sertifikasi benih. Atribut yang terdapat pada kuadran dua Kinerjanya sudah dinilai baik oleh responden dengan tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini menjadi prestasi untuk perusahaan yang diharapkan dapat dipertahankan.

Masa kadaluarsa memiliki tingkat kepentingan yang tinggi yang diikuti dengan kinerja yang baik. Responden berpendapat bahwa masa kadaluarsa dinilai penting sebab mempengaruhi daya tumbuh dari tanaman jagung. Daya tumbuh pada saat masa kadaluarsa adalah 86% dengan rata-rata masa kadaluarsa 4-6 bulan. Masa kadaluarsa selama 4-6 bulan dinilai responden cukup lama sebab dengan waktu panen 110 hari setelah tanam atau sekitar 4 bulan, responden masih bisa menanam benih sisa musim tanam sebelumnya tanpa berkurangnya daya tumbuh tanaman. Pembelian benih yang masa kadaluarsanya yang telah lewat dapat diganti dengan benih baru yang masa kadaluarsanya belum lewat, tetapi dari beberapa responden ada yang benihnya tidak diganti dan hanya diperiksa daya tumbuhnya yang sudah menurun sekitar 78%.

Merek memiliki tingkat kepentingan yang tinggi yang diikuti dengan kinerja yang baik. Responden menganggap bahwa merek sangatlah penting, merek

merupakan identitas suatu produk yang dinilai oleh responden merek BISI-18 sudah sangat terkenal. Tidak hanya terkenal, responden juga menilai bahwa kinerja dari BISI-18 baik, hasil panen dinilai paling banyak dibanding benih jagung hibrida ang lain.

Sertifikasi benih pada kuadran II memiliki tingkat kepentingan yang tinggi yang diikuti dengan kinerja yang baik sehingga harus dipertahankan kinerjanya. Sertifikasi benih merupakan jaminan dari kualitas suatu benih, responden menilai bahwa adanya sertifikasi sangatlah penting. Responden merasa lebih terjamin dengan adanya sertifikasi benih, sebab ada beberapa khusus dimana responden yang pernah menggunakan benih tanpa sertifikasi tidak memiliki hasil sebaik benih yang tersertifikasi.

3. Kuadran III (prioritas rendah)

Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja pada atribut ini juga kurang begitu diperhatikan, karena atribut-atribut pada kuadran III merupakan atribut-atribut yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan atribut-atribut yang termasuk pada kuadran tiga kepada responden yang menggunakan benih jagung hibrida. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran 3 adalah diskon/potongan harga dan volume. Hal ini bisa terjadi karena responden tidak memperdulikan atribut-atribut tersebut, serta perusahaan benih juga jarang atau malah tidak pernah merealisasikan atribut-atribut tersebut.

Diskon/potongan harga pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang rendah yang diikuti dengan kinerja yang kurang baik sehingga perusahaan belum perlu memperbaiki atribut tersebut. Responden menilai bahwa adanya potongan harga tidak terlalu penting, sebab responden tidak pernah merasa adanya potongan harga dalam pembelian benih jagung hibrida.

Volume pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang cukup rendah walaupun kinerjanya cukup buruk perusahaan belum perlu memperbaiki atribut tersebut. Responden beranggapan volume benih pada kemasan tidak terlalu penting sebab dengan volume tiap kemasan sebanyak 1 kg dinilai terlalu sedikit dan tidak dapat memenuhi kebutuhan.

4. Kuadran IV (Prioritas Berlebih)

Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi kinerjanya sudah sangat baik atau sangat memuaskan sehingga konsumen menilai kinerja benih pada atribut ini bisadianggap terlalu berlebihan. Atribut yang termasuk pada kuadran IV adalah lokasi. Lokasi dinilai oleh petani tidak terlalu penting sebab sejauh apapun lokasi penjualan, responden tetap akan mencarinya, tetapi lokasi penjualan benihnya mudah diakses.

5.5.2 Analisis Kepuasan dengan Metode CSI

Customer Satisfaction Index (CSI) atau Indeks kepuasan konsumen (IKK) merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Perhitungan dalam analisis ini dimulai dengan menentukan *weighted factor* yang diperoleh dari pembagian antara nilai rata-rata kepentingan setiap atribut (X_i) dengan total keseluruhan tingkat kepentingan atribut ($\sum X_i$). Nilai *weighted factor* digunakan untuk menghitung nilai *weighted score* dengan mengalikan *weighted factor* dengan nilai rata-rata kinerja setiap atribut (Y_i). CSI diperoleh dari total nilai *weighted score* dibagi skala yang digunakan (lima) lalu dikalikan 100%.

Tabel 26 menunjukkan bahwa nilai total rata-rata skor tingkat kepentingan pada benih jagung hibrida sebesar 32,97 dan nilai total rata-rata skor tingkat kinerja atribut 58,175. Nilai dari total rata-rata skor tingkat kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan nilai total rata-rata skor tingkat kepentingan. Hal ini berarti kesembilan atribut tersebut kinerjanya baik bagi responden, hanya saja belum semua atribut dianggap penting oleh responden. Atribut benih jagung hibrida yang memiliki rata-rata tertinggi untuk tingkat kepentingan adalah ketahanan terhadap hama dan penyakit sebesar 4,9 dan terendah adalah atribut potongan harga sebesar 2,175. Atribut ketahanan terhadap hama dan penyakit dinilai penting oleh responden karena sangat mempengaruhi hasil panen yang berdampak pada pendapatan yang diterima. Sebaliknya atribut potongan harga dinilai kurang penting karena responden tidak pernah merasakan adanya potongan harga dalam pembelian benih jagung hibrida. Tingkat kinerja atribut merek memiliki rata-rata skor yang tinggi yaitu sebesar 4,425 dan untuk rata-rata skor terendah adalah

atribut potongan harga. Atribut merek menunjukkan kinerjanya telah sesuai dengan harapan responden, sehingga memiliki nilai yang tinggi dibandingkan atribut lainnya. Atribut potongan harga memiliki kinerja yang rendah bagi responden karena petani tidak pernah adanya potongan harga yang diberikan toko pertanian dalam pembelian benih jagung hibrida.

Tabel 26. Perhitungan *Customers Satisfaction Index* (CSI) Responden di Desa Sebet Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Tahun 2016

Atribut Produk	Rata-rata Skor Kepentingan (RSP)	Weighting Factors (WF= (RSP/32,97)	Rata-rata Skor Kepuasan (RSK)	Weighted Score (WS=WF x RSK)
Merek	3,8	0,115238817	4,425	0,509932
Volume benih	3,375	0,102350265	3,15	0,322403
Sertifikasi	3,75	0,113722517	3,825	0,434989
Harga beli benih	4,25	0,128885519	3,175	0,409212
Potongan harga	2,175	0,06595906	1	0,065959
Lokasi penjualan	3,175	0,096285064	4,025	0,387547
Kualitas jagung	3,675	0,111448067	3,3	0,367779
Masa kadaluarsa	3,875	0,117513268	3,775	0,443613
Tahan HPT	4,9	0,148597422	3,25	0,482942
Total	32,97	1	58,175	3,424374526

$$CSI = \frac{3,424374526}{5} \times 100\% = 68\%$$

Sumber: *Data Primer Diolah, 2016*

Indek kepuasan petani terhadap benih bersertifikat dapat dilihat pada tabel 26. berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan petani sebesar 68% (0,684874905) sehingga dapat dinyatakan responden puas terhadap atribut benih jagung hibrida, sedangkan sisanya belum dapat terpuaskan oleh kinerja atribut-atribut benih sehingga kinerja atribut-atribut jagung tersebut perlu terus ditingkatkan. Nilai ini berada pada rentang indeks kepuasan antara 60% < CSI ≤ 80% yang berarti petani puas terhadap kinerja yang ada pada atribut-atribut benih jagung hibrida. Hal ini menunjukan bahwa atribut-atribut benih jagung hibrida kinerjanya cukup baik dan telah berhasil memuaskan responden. Walaupun secara keseluruhan konsumen telah puas, namun kinerja atribut-atribut jagung tersebut tetap harus ditingkatkan agar kepuasan konsumen mendekati 100% atau pada taraf sangat puas. Data lebih lengkap dapat terlihat pada Tabel 26.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis tahap proses pengambilan keputusan responden terhadap pembelian benih jagung hibrida menunjukkan bahwa yang menjadi motivasi petani untuk menanam benih jagung hibrida karena hasil produksi yang tinggi. Petani mengetahui informasi benih jagung hibrida dan sumber yang dipercaya untuk penggunaan benih berasal dari teman/rekan sesama petani dan diri sendiri. Atribut yang dijadikan pertimbangan untuk pembelian dan penggunaan benih jagung hibrida yaitu atribut hasil produksi. Apabila harga benih jagung hibrida mengalami kenaikan maka seluruh responden akan tetap membeli benih tersebut. Sebagian besar responden merasa puas terhadap hasil dari benih jagung hibrida.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada atribut yang memuaskan petani adalah pada kuadran II karena antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tinggi sehingga atribut masa kadaluarsa, merek dan sertifikasi benih harus dipertahankan, sedangkan atribut yang perlu di perbaiki karena memiliki kinerja rendah tetapi memiliki tingkat kepentingan yang tinggi antara lain kualitas jagung, harga benih tahan hama dan penyakit. Atribut yang ada pada kuadran I harus menjadi prioritas utama dalam memperbaiki kinerjanya sehingga kepuasan petani pada atribut ini akan terpenuhi.
3. Berdasarkan hasil penelitian petani yang menggunakan benih jagung hibrida secara keseluruhan responden menyatakan puas karena telah memenuhi harapan petani.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan pada permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah terutama Penyuluh Pertanian Lapangan membantu petani dalam pencarian informasi tentang benih jagung hibrida.
2. Pihak pemerintah atau instansi dapat membantu dalam proses perbaikan pada beberapa atribut benih jagung hibrida sehingga akan menghasilkan benih yang

lebih terjamin mutunya serta dapat memberikan kepuasan pada petani yang menggunakan benih jagung hibrida.

3. Perusahaan tetap menjaga dan meningkatkan kualitasnya agar petani tetap merasa puas atas kinerja dari benih jagung hibrida.



DAFTAR PUSTAKA

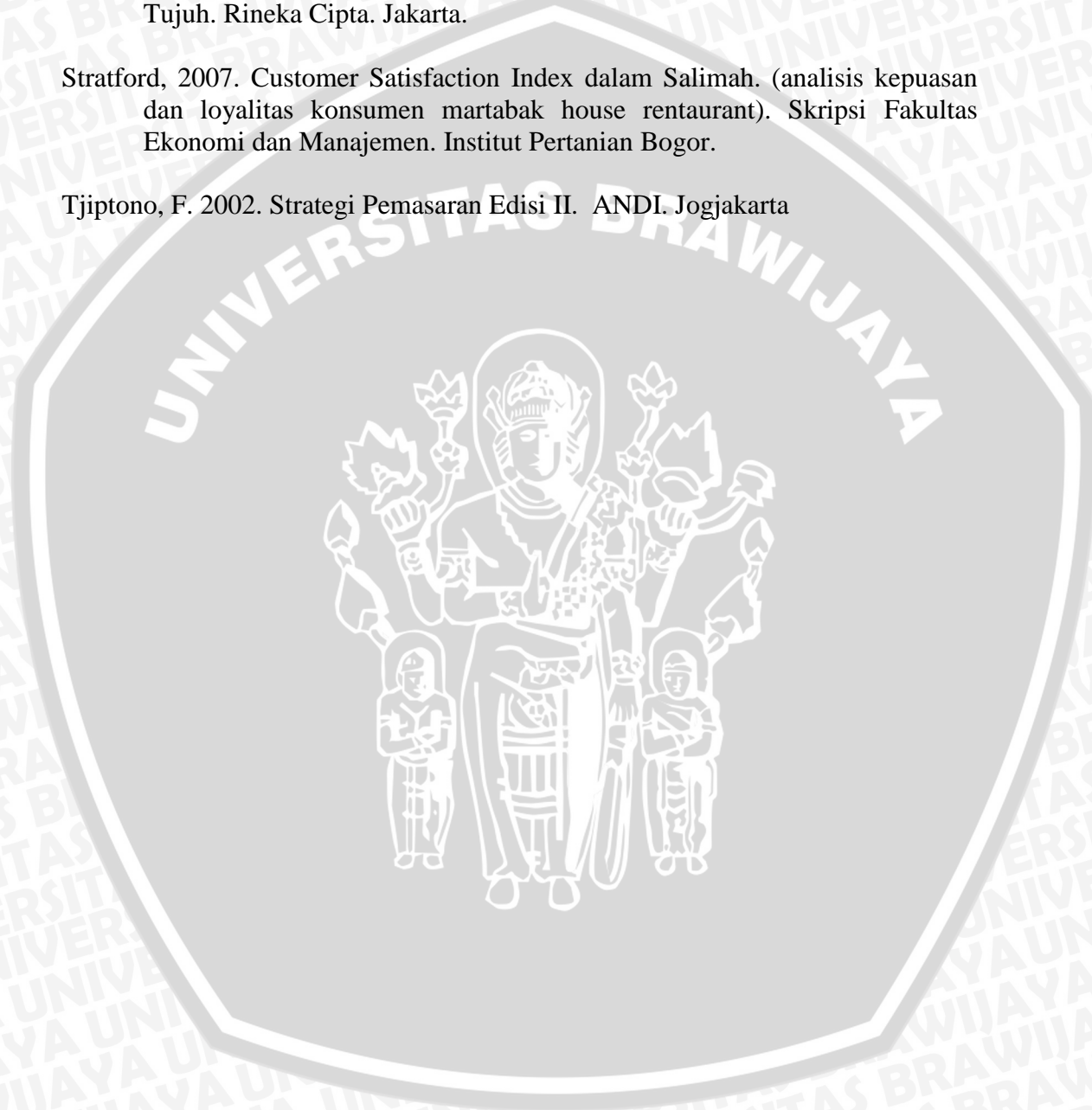
- Achmad Suryana, 2014. Global Food Security Index Tool for Policy Planning of Food Security.
- BPS. 2016. Perkembangan Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Jagung di Jawa Timur, Jawa dan Nasional, Tahun 2011-2015. https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/53#subjek_ViewTab3|accordion-daftar-subjek3. Diakses pada tanggal 21 Juli 2016
- Engel.J.F, R.D. Blackwel, dan P.W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen Jilid I.
- Fandy Tjiptono, 1997, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Griffin dan Ebert, 2003. Bisnis, Edisi Kelima Jilid 1, Cetakan Pertama, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Husein Umar, 2000, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- I Made Wirartha. 2006. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran Jilid I dan II Terjemahan Prenhalindo. Jakarta. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid I dan II Terjemahan Prenhalindo. Jakarta.
- Moh. Nazir. 2009. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Parel, C.P, G.C Caldito, P.L Ferre, G.G De Guzman, C.C Sinsioco, dan R.H Tan. 1973. Sampling Design and Procedure. PSSC. Philippine.
- Philip, Kotler (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. PT. Prenhalindo; Jakarta.
- Philip Kotler dan Amstrong, 1995; Dasar-Dasar Pemasaran, jilid 1 dan 2, Jakarta.
- Rahman, A. 2008. Analisis Kepuasan Produk Susu Ultra Milk. Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti, 2006. Measuring Costumers Satisfaction. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. 8 ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta. 2004. Perilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Supranto, J. 2000. Statistik Teori Dan Aplikasi. Edisi Ke Enam Jilid I. Erlangga. Jakarta 2003. Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran. Edisi Ke Tujuh. Rineka Cipta. Jakarta.

Stratford, 2007. Customer Satisfaction Index dalam Salimah. (analisis kepuasan dan loyalitas konsumen martabak house restaurant). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

Tjiptono, F. 2002. Strategi Pemasaran Edisi II. ANDI. Jogjakarta





LAMPIRAN



Lampiran 1. Perhitungan Penentuan Sampel

Nama	luas lahan(X_1)	rata-rata luas(\bar{X})	$X_1 - \bar{X}$	$(X_1 - \bar{X})^2$
Bambang	1	0,578	0,422	0,178084
Sujadi	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Suwondo	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Suarno	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Samsul huda	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Sudi santoso	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Aselan	1	0,578	0,422	0,178084
Poniyem	0,71	0,578	0,132	0,017424
Midi	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Bejo kristanto	0,35	0,578	-0,228	0,051984
Siswanto	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Muntini	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Suandi	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Legimah	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Subandi	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Sumando	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Ismardiah	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Supat	0,35	0,578	-0,228	0,051984
Yanti	0,42	0,578	-0,158	0,024964
Murtijah	0,73	0,578	0,152	0,023104
Yasin	0,42	0,578	-0,158	0,024964
Usman	0,84	0,578	0,262	0,068644
Tawar	0,61	0,578	0,032	0,001024
Sunyoto	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Lasmini	0,8	0,578	0,222	0,049284
Munaji	0,42	0,578	-0,158	0,024964
Tumirah	1	0,578	0,422	0,178084
Kartono	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Maulan	1	0,578	0,422	0,178084
Anwar	1	0,578	0,422	0,178084
Tajimah	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Joko	1	0,578	0,422	0,178084
Ponidi	1	0,578	0,422	0,178084
Tumini	0,9	0,578	0,322	0,103684
Misri	0,75	0,578	0,172	0,029584
Siti	1	0,578	0,422	0,178084
Parni	0,7	0,578	0,122	0,014884
Jasemi	0,7	0,578	0,122	0,014884
Suparni	1	0,578	0,422	0,178084
Kasminah	0,73	0,578	0,322	0,103684

Nama	luas lahan(X_1)	rata-rata luas(\bar{X})	$X_1 - \bar{X}$	$(X_1 - \bar{X})^2$
Jalidin	0,42	0,578	0,422	0,178084
Katimin	0,84	0,578	-0,298	0,088804
Sugiono	0,61	0,578	-0,078	0,006084
Sudarwanro	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Sukar	0,8	0,578	-0,438	0,191844
Muharno	0,42	0,578	-0,298	0,088804
Subandi	1	0,578	0,422	0,178084
Muhartun	0,28	0,578	0,132	0,017424
Pangat	1	0,578	-0,298	0,088804
Aswandi	0,35	0,578	-0,228	0,051984
Lamijan	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Jaseran	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Ponisi	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Murtijah	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Mukini	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Karwo	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Supiran	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Purdi	0,35	0,578	-0,228	0,051984
Mardiono	0,42	0,578	-0,158	0,024964
Somadi	0,9	0,578	0,152	0,023104
Kadarum	1	0,578	-0,158	0,024964
Tawar	0,28	0,578	0,262	0,068644
Joko	0,5	0,578	0,032	0,001024
Totok	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Tamsir	0,14	0,578	0,222	0,049284
Supriyanto	0,28	0,578	-0,158	0,024964
Katimin	1	0,578	0,422	0,178084
Usman	0,71	0,578	-0,298	0,088804
Anwar	0,28	0,578	0,422	0,178084
Murtijah	1	0,578	0,422	0,178084
Lukman	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Sunyoto	1	0,578	0,422	0,178084
Sabar	1	0,578	0,422	0,178084
Tasrib	0,9	0,578	0,322	0,103684
Ngateman	0,75	0,578	0,172	0,029584
Rohman	1	0,578	0,422	0,178084
Tijik	0,7	0,578	0,122	0,014884
Jasemi	0,7	0,578	0,122	0,014884
Poso	1	0,578	0,422	0,178084
Jumi'ati	0,9	0,578	0,322	0,103684
Jamaludin	1	0,578	0,422	0,178084
Ismiati	0,28	0,578	-0,298	0,088804

Nama	luas lahan(X_1)	rata-rata luas(\bar{X})	$X_1 - \bar{X}$	$(X_1 - \bar{X})^2$
Siti	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Rokayah	0,5	0,578	-0,078	0,006084
Suprpto	0,14	0,578	-0,438	0,191844
Wandi	0,28	0,578	-0,298	0,088804
Suhadak	1	0,578	0,422	0,178084
Jasemi	0,71	0,578	0,132	0,017424
Supangat	1	0,578	-0,298	0,088804
Sairul	0,28	0,578	-0,228	0,051984
Bandi	1	0,578	-0,438	0,191844
Supadi	1	0,578	-0,438	0,191844
Temen	0,9	0,578	-0,438	0,191844
Kuliari	0,75	0,578	-0,438	0,191844
Su'ud	1	0,578	-0,298	0,088804
Sirah	0,7	0,578	-0,078	0,006084
Kaseri	0,7	0,578	-0,438	0,191844
Aris	1	0,578	-0,228	0,051984
Dwi. H	0,9	0,578	-0,158	0,024964
Subakir	0,28	0,578	0,152	0,023104
Kusen	0,35	0,578	-0,158	0,024964
Akhmat kohar	0,14	0,578	0,262	0,068644
Ervin	0,14	0,578	0,032	0,001024
Riduwan	0,14	0,578	-0,078	0,006084
Kapi	0,14	0,578	0,222	0,049284
Misdi	0,28	0,578	-0,158	0,024964
Kamidi	0,5	0,578	0,422	0,178084
Misnatin	0,14	0,578	-0,298	0,088804
Timah	0,35	0,578	0,422	0,178084
Sutini	0,42	0,578	0,422	0,178084
Su'udi	0,73	0,578	-0,298	0,088804
Salam	0,42	0,578	0,422	0,178084
Tofa	0,84	0,578	0,422	0,178084
Nuriyadi	0,61	0,578	0,322	0,103684
Kartono	0,5	0,578	0,172	0,029584
Munawi	0,8	0,578	0,422	0,178084
Burham	0,42	0,578	0,122	0,014884
Sutihah	1	0,578	0,122	0,014884
Legiyem	0,28	0,578	0,422	0,178084
Emy	1	0,578	0,322	0,103684
Jumlah	69,36	69,36	-2,37588E-14	11,74812

Perhitungan S^2 adalah sebagai berikut:

$$S^2 = \frac{\sum(X_1 - \bar{X})^2}{N - 1} = \frac{11,74812}{120 - 1} = 0,098723697$$

Jumlah sampel ditentukan dengan rumus berikut (C.P Parel et al,1973) :

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2} = \frac{(120)(2,706025)(0,098723697)}{(120)(0,01) + (2,706025)(0,098723697)} = 21,850445$$



Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

**KUISISIONER PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
PETANI**

NAMA :
 ALAMAT : Ds.....RT/RW:...../
 Kec.....,Kab/Kota.....

USIA :

JENIS KELAMIN :

() Laki-laki () Wanita

PENDIDIKAN TERAKHIR :

() tidak bersekolah () SD () SLTP
 () SMU () Diploma () Sarjana

PEKERJAAN :

NO. TELP :

Rata-rata Pendapatan Perbulan:

() < 500.000 () 500.000-999.999
 () 1.000.000 -1.999.999 () > 2.000.000

1. Berapa luas lahan yang bapak/ibu tanami?

Jawab:

.....

2. Status kepemilikan lahan?

a. Milik Pribadi b. Sewa c. Bagi Hasil/ Maro

Jika sewa dan atau bagi hasil , berapa biaya sewa atau sistem bagi hasil yang diterapkan pemilik tanah per tahun/permusim?

Jawab :

.....



3. Sudah berapa lama bapak/ibu bertanam jagung?
- <2 tahun
 - 3-5 tahun
 - >5 tahun
4. Mengapa memilih benih jagung pakan/manis/lainnya dengan varietas tersebut?
- Hasil produksi tinggi
 - Harga benih murah
 - Tahan hama dan penyakit
 - Permintaan tinggi
 - Harga jual tinggi
 - Sudah biasa
 - Ingin mencoba
 - Lainnya

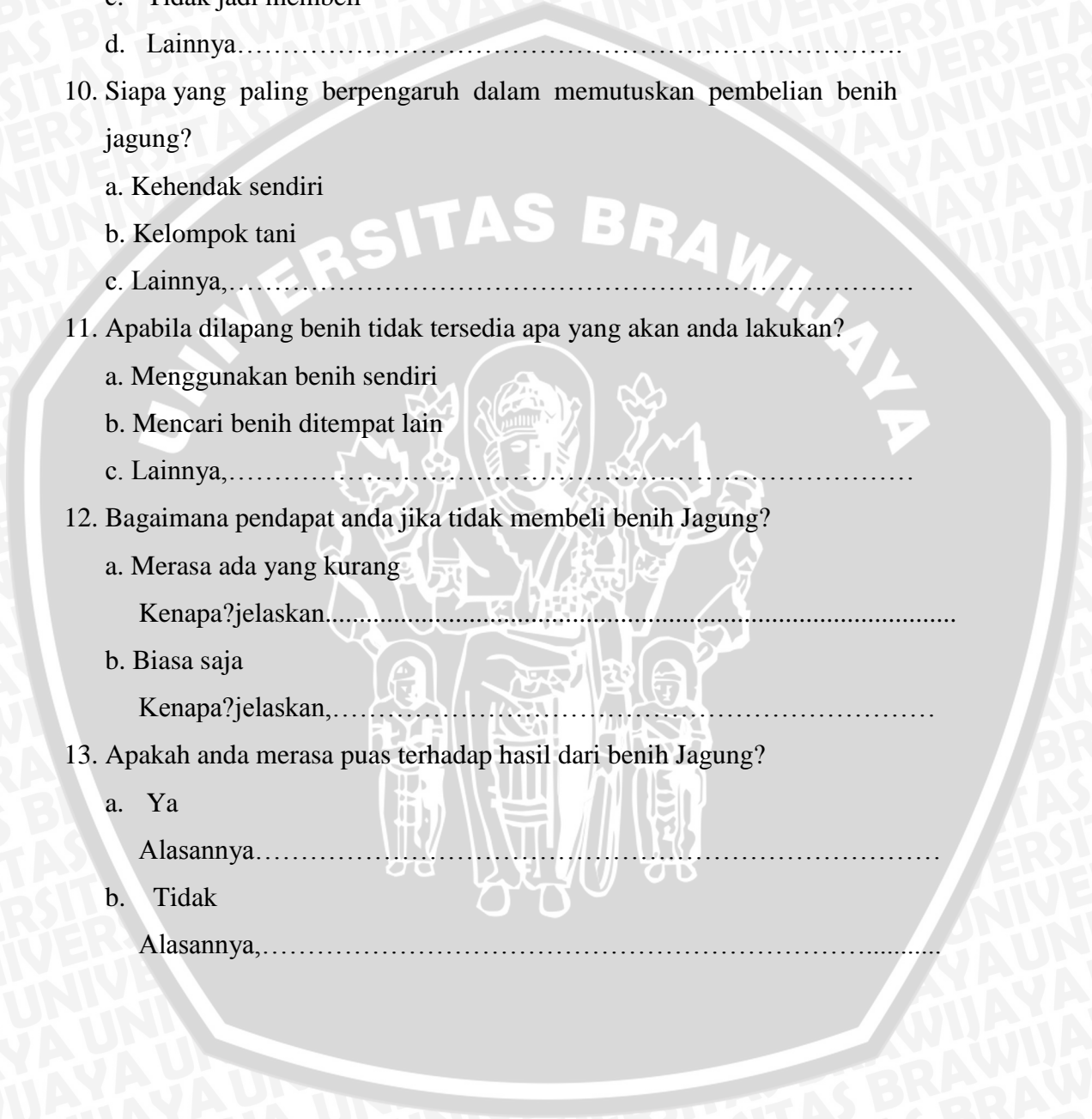
Alasan :

.....

.....

5. Darimana informasi mengenai benih jagung hibrida didapat?
- Teman/petani lainnya
 - Kelompok tani
 - PPL
 - Toko
6. Atribut apa saja yang paling menjadi pertimbangan untuk membeli benih jagung hibrida?(pilih salah satu yang paling utama)
- | | | |
|----------------------|-----------------------|--------------------|
| a. Merek | h. Promosi | n. Umur tanaman |
| b. Kemasan | i. Ketersediaan benih | o. Masa kadaluarsa |
| c. Volume benih | j. Lokasi penjualan | p. Masa kadaluarsa |
| d. Sertifikasi | k. Hasil produksi | q. Tahan HPT |
| e. Harga beli benih | l. Kualitas jagung | r. Tahan rebah |
| f. Harga jual jagung | m. Daya tumbuh | |
| g. Potongan harga | | |
7. Tempat pembelian benih ?
- Penangkar
 - Beli/ toko pertanian
8. Berapa kilogram benih yang dibutuhkan untuk 1 musim tanam?
- <5 kg
 - 5 kg – 8 kg
 - 9 kg – 12 kg
 - >13 kg

9. Jika harga benih jagung mengalami kenaikan maka apa yang akan anda lakukan?
 - a. Tetap membeli
 - b. Menganti benih lain
 - c. Tidak jadi membeli
 - d. Lainnya.....
10. Siapa yang paling berpengaruh dalam memutuskan pembelian benih jagung?
 - a. Kehendak sendiri
 - b. Kelompok tani
 - c. Lainnya,.....
11. Apabila dilapang benih tidak tersedia apa yang akan anda lakukan?
 - a. Menggunakan benih sendiri
 - b. Mencari benih ditempat lain
 - c. Lainnya,.....
12. Bagaimana pendapat anda jika tidak membeli benih Jagung?
 - a. Merasa ada yang kurang
Kenapa?jelaskan.....
 - b. Biasa saja
Kenapa?jelaskan,.....
13. Apakah anda merasa puas terhadap hasil dari benih Jagung?
 - a. Ya
Alasannya.....
 - b. Tidak
Alasannya,.....





























Lampiran 3. Karakteristik Petani Responden

No.	Nama	Usia	Status	Pendidikan	Penghasilan	Kepemilikan	Lama bertani
1	BMB	46	Menikah	SD	6400000	Pribadi	>5 tahun
2	SJD	59	Menikah	SD	1700000	Pribadi	>5 tahun
3	SWD	54	Menikah	SD	510000	Pribadi	>5 tahun
4	SRN	35	Menikah	SMP	510000	Sewa	>5 tahun
5	SH	38	Menikah	SD	722500	Pribadi	>5 tahun
6	SS	40	Menikah	SD	1955000	Sewa	>5 tahun
7	ASL	51	Menikah	SD	5355000	Sewa	>5 tahun
8	PNY	45	Menikah	SD	3187500	Sewa	>5 tahun
9	MD	71	Menikah	SD	850000	Sewa	>5 tahun
10	BK	63	Menikah	SMA	1360000	Sewa	>5 tahun
11	SSW	34	Menikah	SMA	360000	Maro	>5 tahun
12	MNT	68	Menikah	Tidak Sekolah	499950	Sewa	>5 tahun
13	SND	48	Menikah	SD	510000	Sewa	>5 tahun
14	LGM	70	Menikah	SD	467500	Sewa	>5 tahun
15	SBN	40	Menikah	SMA	1650000	Sewa	>5 tahun
16	SMN	53	Menikah	SD	467500	Pribadi	>5 tahun
17	ISM	38	Menikah	SMP	1237500	Sewa	>5 tahun
18	SPT	58	Menikah	SD	680000	Pribadi	>5 tahun
19	YNT	38	Menikah	SMP	1700000	Sewa	>5 tahun
20	MRT	40	Menikah	SD	3468000	Pribadi	>5 tahun
21	YSN	34	Menikah	SD	1897500	Sewa	>5 tahun
22	USM	47	Menikah	SD	3995000	Pribadi	>5 tahun
23	TWR	56	Menikah	Tidak Sekolah	2890000	Pribadi	>5 tahun
24	SNY	46	Menikah	SMP	2380000	Pribadi	>5 tahun
25	LSM	54	Menikah	SD	3808000	Pribadi	>5 tahun
26	MNJ	35	Menikah	SMA	2040000	Sewa	>5 tahun
27	TMR	47	Menikah	SMP	4760000	Pribadi	>5 tahun
28	KRT	69	Menikah	Tidak Sekolah	1275000	Sewa	>5 tahun
29	MLN	54	Menikah	SD	4690000	Pribadi	>5 tahun
30	ANW	67	Menikah	Tidak Sekolah	4760000	Pribadi	>5 tahun
31	TJM	65	Menikah	Tidak Sekolah	1275000	Sewa	>5 tahun
32	JK	48	Menikah	SD	6035000	Pribadi	>5 tahun
33	PND	39	Menikah	SMP	5362500	Pribadi	>5 tahun
34	TMN	45	Menikah	SD	3825000	Pribadi	>5 tahun
35	MSR	43	Menikah	SD	3570000	Pribadi	>5 tahun
36	ST	46	Menikah	SD	4760000	Pribadi	>5 tahun
37	PRN	37	Menikah	SMP	3136000	Pribadi	>5 tahun
38	JSM	41	Menikah	SD	3400000	Pribadi	>5 tahun
39	SPR	39	Menikah	SMP	5115000	Pribadi	>5 tahun
40	KSM	50	Menikah	Tidak Sekolah	4250000	Pribadi	>5 tahun













