# PENGARUH ATRIBUT PRODUK BENIH PADI TANI MAKMUR TERHADAP KEPUASAN PETANI DESA TRIWUNGAN KECAMATAN KOTAANYAR, KABUPATEN PROBOLINGGO

**Oleh:**

**ALFIATUL KARIMAH**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2017**

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# PENGARUH ATRIBUT PRODUK BENIH PADI TANI MAKMUR TERHADAP KEPUASAN PETANI DESA TRIWUNGAN KECAMATAN KOTAANYAR, KABUPATEN PROBOLINGGO

**Oleh:**

**ALFIATUL KARIMAH**

**13504010111123**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2017**

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Agustus 2017

Alfiatul Karimah

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Atribut Produk Benih Padi Tani Makmur terhadap Kepuasan Petani Desa Triwungan Kecamatan Kotaanyar, Kabupaten Probolinggo

Nama : Alfiatul Karimah

NIM : 135040101111223

Program Studi : Agribisnis

Minat : Sosial Ekonomi Pertanian

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,

Wisynu Ari Gutama, SP., M.MA.

NIP. 19760914 200501 1 002

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP.,M.Si.,Ph.D.

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

# LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

## MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Hesthi Utami N., SP.Grad, Dip.EMD, MEMD., PhD
NIP. 80022041 2013 2

Penguji II

Anisa Aprilia, SP. MP., MBA
NIP. 19790518 200501 1 001

Penguji III

Wisynu Ari Gutama, SP. M.MA
NIP. 19760914 20051 1 002

Tanggal Lulus:

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

## RIWAYAT HIDUP

**Alfiatul Karimah** dengan nama panggilan via. Lahir di Probolinggo pada tangga 17 Maret 1995, Putri Kedua dan dua bersaudara, pasangan Ayahanda Abdul Hariyadi dan Ibunda Syamsi Dewi Hariyanti. Pendidikan sekolah dasar di tempuh di SDN Taman – Paiton dan lulus pada tahun 2007. Menempuh pendidikan menengah pertama di SMP N 1 Paiton yang lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan jenjang menengah atas di SMA Tunas Luhur Paiton dan lulus pada tahun 2013. Di tahun yang sama melanjutkan pendidikan untuk perguruan tinggi ditempuh di Universitas Brawijaya melalui jalur SNMPTN dengan Program Studi S1 Agribisnis - Fakultas Pertanian. Pendidikan di Universitas Brawijaya diselesaikan pada Tahun ajaran 2016/2017.

Selama Menenpuh Pendidikan di Universitas Brawijaya, penulis aktif organisasi di kegiatan sosial lingkungan yang tergabung dalam komunitas Earth Hour Malang, aktif beriwirausaha di bidang baju-baju dan jilbab jilbab muslim, serta aktif di kegiatan Event Organizer seperti Jazz Gunung 2015 dan 2017. Penulis juga pernah terlibat projek dosen dibawah naungan BLH Provinsi untuk pembebasan lahan terkait sosial ekonomi masyarakat. Penulis melaksanakan magang kerja atau Praktik Kerja Lapang (PKL) selama 3 bulan di PT. PG Candi Baru Sidoarjo.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# LEMBAR PERSEMBAHAN

Terimakasih Allah sudah membimbing via sampe saat ini.

Terimakasih Nabiku Tercinta, Nabi Muhammad.

Terimakasih kepada keluarga via terutama Umik, Abi dan Kakakku tercinta mbak tami dan mas ray. Terimakasih kepada mbahku, kepada bapak, mbahkong, adek sepupu, mbak Citra, Mbak tika, ayah dan ibu rahman, lekmi. Semoga via bisa bahagiain kalian semua secepatnya. Amiinn

Terimakasih bapak Wisynu, Ibu Hesti dan Mbak Annisa yang sudah membimbing skripsi via dan mau tandatangan di skripsi ini :D

Terimakasih sudah mau jadi temanku yg selalu dengerin semua ceritaku dari sabang sampe merauke:
Athifa, Barir, Catur, Diana, Dian Nur, Febry, Maknun, dan Restu.

Terimakasih Geng Aku dan Kamu yang mau selau aku repoti:
Alfian, Nadila Diana, Wedy dan yanda.

Terimakasih uda mau jadi temen via dan tak gupuhi:
Arinta, Eli, Eva dan Hana.

Terimakasih Semangatnya dan mau bantu ngasi pandangan skripsiku:
Dame, Hana, Rizkina, Ruri, Sintya, mbak nurul, yosephin, mbak mira, Putri, Bilah, eni, like, monik, dimas, delva, stevany, pika, zahro dan Ashya.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# RINGKASAN

**Alfiatul Karimah. 135040101111223. Pengaruh Atribut Produk Benih Padi Tani Makmur terhadap Kepuasan Petani Desa Triwungan Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolingggo. Di Bawah Bimbingan Bapak Wisynu Ari Gutama SP., M.MA.**


Atribut produk merupakan keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh produk sebagai pembeda dengan produk yang sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan lain (Sudrajad dan Andriani, 2015). Sebuah perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang terbaik dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat serta selera konsumen yang beragam. Upaya pengembangan produk tak lain bertujuan untuk memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang diharapkan (Kotler dan Amstrong, 2008). Jika produk yang telah diterima dan memenuhi harapan konsumen maka hal tersebut akan menimbulkan rasa puas. Oleh sebab itu, unsur yang melekat pada produk hendaknya sesuai dengan apa yang dijanjikan sehingga dapat memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh kepada pola pikir selanjutnya. Sehingga, sebuah perusahaan diharapkan dapat memahami faktor-faktor apa saja yang diinginkan oleh konsumen karena akan berdampak pada perilaku selanjutnya. UD Tani Makmur adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi benih padi. UD Tani Makmur menawarkan benih padi unggul dan bersertifikat sebagai jaminan atas mutu benih. Perusahaan ini berada di wilayah Probolinggo yang memiliki sasaran pokok terwujudnya potensi lokal yang berdaya saing, hal tersebut tercantum pada sasaran pokok Bappeda Kabupaten Probolinggo. Berdasarkan survey dilapang, salah satu kendala yang dihadapi UD Tani Makmur adalah ditemukan masih banyaknya petani yang memilih benih padi merek yang berasal dari luar wilayah Probolinggo. Keberadaan konsumen menjadi faktor penting yang harus diupayakan mengingat persaingan dalam wilayah probolinggo semakin ketat. Mempertimbangkan fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen benih padi Tani makmur. Penelitian bertujuan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan kosumen terhadap benih padi Tani Makmur sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi strategi permasaran perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di Desa Triwungan kecamatan Kotaanyar, Kabupaten Probolinggo, hal ini berdasarkan permasalahan yang terjadi yaitu kurangnya minat petani terhadap benih padi Tani Makmur. Responden pada penelitian ini adalah anggota kelompok tani Sumber Rejeki yang masih aktif berjumlah 45 orang. Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalis pengaruh atribut produk benih terhadap kepuasan petani maka penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara bersama-sama atribut meliputi tepat kualitas, jumlah, lokasi dan harga secara simultan mempengaruhi kepuasan petani. Atribut tepat mutu, jumlah dan waktu

berpengaruh terhadap kepuasan petani. Atribut tepat kualitas memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan petani. Melalui identifikasi determinan, diketahui bahwa nilai R square adalah sekitar 95,7% yang berarti atribut produk dapat menjelaskan variabel bebas (kepuasan petani) sekitar 95,7%.

Repository Universitas Brawijaya

# SUMMARY

**Alfiatul Karimah. 135040101111223. The Influence Product Attributes of Rice seeds toward Consumer Satisfaction in Triwungan Village Kotaanyar Sub District Probolinggo Regency. Supervisor by Wisynu Ari Gutama SP., M.MA.**

Product attributes are the advantages and uniqueness of the product as differentiator with similar products offered by other companies (Sudrajad and Andriani, 2015). A company is required to create the best products in the face of increasingly fierce business competition and diverse consumer tastes. The product development effort is aimed at satisfying the consumers. Consumer satisfaction is the feeling of pleasure or disappointment of a person after comparing between the perceived product performance on the expected product performance (Kotler and Armstrong, 2008). If the product has been accepted and meet the expectations of consumers then it will cause a sense of satisfaction. Therefore, the inherent elements of the product should be in accordance with what is promised so that it can meet even exceed consumer expectations.

Satisfaction and customer dissatisfaction over the product will affect the next mindset (perspective). Thus, a company is expected to understand what factors are desired by consumers because it will impact on the next behavior. UD Tani Makmur is one of the companies engaged in the production of rice seed. UD Tani Makmur offers superior and certified rice seeds as a guarantee for seed quality. The company is located in Probolinggo area with the main target of competitive local potency, it is stated on the main target of Bappeda Probolinggo regency. Based on the survey, one of the obstacles faced by UD Tani Makmur is that there are still many farmers who choose brand rice seed from outside Probolinggo. The existence of consumers becomes an important factor to be pursued considering the competition within the probolinggo region which is getting tighter. Considering the phenomenon that occurs then the researchers are interested to examine the effect of product attributes on consumer satisfaction of rice seeds Tani makmur. The study aims to determine the wants and needs of consumers of rice seed Tani Makmur so it can be an evaluation material for the company's strategy.

This research was conducted in Triwungan village, Kotaanyar sub-district, Probolinggo regency, it was based on the problem that happened, which was the lack of interest of farmer to rice seed of Tani Makmur. Respondents in this study are members of Sumber Rejeki farmer group that is still active amounted to 45 people. In accordance with the purpose of research is to analyze the effect of seed product attribute on farmer satisfaction hence this research use multiple regression analysis method. The results of the analysis show that all attributes include appropriate quality, quantity, location and price simultaneously affect farmer satisfaction. Proper attribute of quality, quantity and time influence to farmer satisfaction. Proper attribute of quality gives the greatest influence to farmer's satisfaction. By identifying determinant, it is known that R square value is about 95,7% which means product attribute can explain free variable (farmer's satisfaction) about 95,7%.

# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Atribut Produk Benih Padi Tani Makmur terhadap Kepuasan Petani Padi Desa Triwungan Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo"**

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana pendidikan pada Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis di Universitas Brawijaya.

Penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Wisynu Ari Gutama S.P., M.MA. selaku pembimbing.
2. Ibu Hesthi dan Mbak Annisa selaku penguji.
3. Bapak Hermanto selaku pemilik UD Tani Makmur.
4. Umik tercinta yang telah sangat banyak memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan penulis.
5. Kakak serta keluarga dan kerabat yang senantiasa memberikan doa serta dukungan semangat kepada penulis.
6. Sahabat serta rekan-rekan seperjuangan tercinta yang tak henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis,

Alfiatul Karimah



Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# DAFTAR ISI


Halaman

**RINGKASAN** ..... **i**

**SUMMARY** ..... **iii**

**KATA PENGANTAR** ..... **iv**

**DAFTAR ISI** ..... **v**

**DAFTAR TABEL** ..... **vii**

**I. Pendahuluan** ..... **1**

1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 3
1.3 Batasan Masalah ..... 4
1.4 Tujuan Penelitian ..... 5

**II. Tinjauan Pustaka** ..... **6**

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu ..... 6
2.2 Pengertian Produk ..... 9
2.3 Atribut Produk ..... 11
2.4 Tinjauan Benih ..... 16
2.5 Kepuasan Konsumen ..... 19
2.5.1 Pengertian Konsumen ..... 19
2.5.2 Lingkungan Konsumen ..... 20
2.5.3 Motivasi Konsumen dalam bekerja ..... 21
2.5.4 Pengertian kepuasan ..... 22
2.5.5 Harapan dan persepsi konsumen ..... 23
2.5.6 Konsep kepuasan konsumen ..... 24
2.5.7 Tingkat kepuasan konsumen ..... 24
2.6 Hubungan Atribut Produk dengan Kepuasan Konsumen ..... 25

**III. Kerangka teoritis** ..... **26**

3.1 Kerangka Pemikiran ..... 26
3.2 Hipotesis ..... 27
3.3 Definisi Operasional ..... 27

**IV. Metode Penelitian** **30**

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 30
4.2 Metode Penentuan Responden ..... 30
4.3 Metode Pengumpulan Data ..... 30
4.4 Uji Instrumen ..... 32
4.5 Metode Analisis Data ..... 33
4.5.1 Metode Deskriptif ..... 33
4.5.2 Metode Statistik ..... 34
4.6 Metode Pengolahan Data ..... 38

**V. Hasil Penelitian** ..... **40**
5.1.Hasil Penelitian ..... 40
5.1.1 Gambaran Umum Responden ..... 40
5.1.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian ..... 45
5.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas ..... 51
5.1.4 Uji Asumsi Klasik ..... 55
5.1.5 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda ..... 58
5.1.6 Uji T ..... 60
5.1.7 Uji F ..... 62
5.1.8 Uji Koefisien Determinasi ..... 62
5.2.Pembahasan Hasil Penelitian ..... 62
5.2.1. Pembahasan Gambaran Umum Petani ..... 63
5.2.2. Pengaruh Masing-Masing Variabel ..... 64

**VI. Kesimpulan dan Saran** ..... **68**
6.1 Kesimpulan ..... 68
6.2 Saran ..... 68

**DAFTAR PUSTAKA** ..... **69**
**Lampiran 1. Perhitungan** ..... **77**
**Lampiran 2. Kuisioner** ..... **84**
**Dokumentasi** ..... **97**

## DAFTAR TABEL

Halaman


2.1 Alternatif Definisi Kepuasan Konsumen ..... 18
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 40
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 41
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..... 41
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Lahan ..... 42
5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan ..... 42
5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Yang ditanami Benih Padi Tani Makmur ..... 43
5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Padi ..... 44
5.8 Karakteristik Responden Jumlah Menanam Padi Dalam 1 Tahun ..... 44
5.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Mutu ..... 45
5.10 Kategori Kualitas Benih ..... 46
5.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Jumlah ..... 47
5.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Waktu ..... 48
5.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Lokasi ..... 49
5.14 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Harga ..... 50
5.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Petani ..... 51
5.16 Uji Validitas Mutu ..... 52
5.17 Uji Validitas Jumlah ..... 52
5.18 Uji Validitas Waktu ..... 52
5.19 Uji Validitas Lokasi ..... 53
5.20 Uji Validitas Harga ..... 53
5.21 Uji Validitas Kepuasan ..... 53
5.22 Uji Reabilitas ..... 54
5.23 Hasil Pengujian Normalitas ..... 56
5.24 Hasil Pengujian Multikolinieritas ..... 57
5.25 Pengujian Regresi Berganda ..... 58
5.26 Uji T ..... 61
5.27 Hasil Uji F ..... 62
5.28 Koefisian Determinasi $R^2$ ..... 53

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Produk adalah unsur penting yang benar-benar harus di perhatikan oleh sebuah perusahaan karena produk merupakan unsur yang paling mendasar dalam sebuah pemasaran. Kotler (2007) menyatakan produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan pasar. Produk yang baik apabila produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mengembangkan unsur utama yaittu perusahaan harus melihat faktor apa yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih produk agar ditawarkan dapat tetap diminati dan dapat diterima oleh konsumen.

Menurut Simamora (2007) faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk adalah atribut produk yang terdiri atas harga, merek, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi dan layanan purna jual. Atribut produk merupakan stimulus utama yang mempengaruhi afeksi, kognisi dan dan perilaku konsumen, konsumen mengevaluasi produk melalui atribut-atribut yang melekat (Peter dan olson, 2012). Pada dasarnya atribut produk merupakan keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh produk dan merupakan pembeda antara produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya (Sudrajad dan Andriani,2015). Persaingan bisnis yang semakin ketat di zaman sekarang ini, menuntut perusahaan untuk mampu bersaing dan mengatur strategi yang efektif. Dalam strategi persaingan, perusahaan harus dapat menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang berkembang dan beragam (Kotler, 2002)

Upaya mengembangkan produk dengan selera konsumen yang beragam mengharuskan perusahaan dapat menciptakan produk yang bermutu dan digemari oleh konsumen. Seorang pemasar atau perusahaan harus lebih jeli dalam membaca perubahan-perubahan yang terjadi terhadap lingkup atau luar pasar mereka, produk yang baik mempunyai peluang yang lebih besar untuk direspon dengan

baik oleh konsumen. Segala upaya yang dilakukan oleh perushaaan hendaknya tujuannya untuk memuaskan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang diharapkan (Kotler dan Amstrong, 2008). Evaluasi paska pembelian suatu produk yang sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen dapat menimbulkan rasa puas jika hasil produk yang diterima memenuhi harapan konsumen. Pada akhirnya, harapan dan persepsi akan menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Oleh sebab itu, setiap unsur yang melekat pada produk hendaknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sehingga dapat memenuhi apa yang sudah diharapkan konsumen, sehingga akan menciptakan kepercayaan terhadap suatu produk dan dengan begitu diharapakan aka nada pembelian ulang dimasa mendatang. Mujiharjo (2006) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh kepada pola pikir prilaku selanjutnya. Hal ini berarti, kinerja suatu produk hendaknya sama atau melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.

Sebuah perusahaan diharapkan untuk dapat memahami apa yang menjadi ukuran konsumen atau apa yang diinginakn konsumen karena hal tersebut berkaitan dengan perilaku konsumen. UD Tani Makmur adalah salah satu perusahaan yang memproduksi benih padi unggul bersertifikat. Sertifikasi pada setiap benih dilakukan sebagai jaminan atas mutu benih tersebut. UD Tani Makmur berada di wilayah Probolinggo yang memiliki sasaran pokok Bappeda Kabupaten probolinggo adalah terwujudnya potensi lokal yang berdaya saing. Penyediaan benih unggul yang diakukan oleh UD Tani Makmur tersebut diharapkan dapat berkontribusi dalam usaha meningkatkan produktivitas berkelanjutan dan terwujudnya potensi lokal yang berdaya saing. Dalam hal ini produk yang ditawarkan adalah benih padi dan petani sebagai konsumen. Saat ini, persaingan dengan produk yang sejenis menarik perhatian para konsumen. Keanekaragaman merk dan atribut yang tertanam di dalam produk serta cara mununjukkan keunggulan masing-masing setiap merek berbeda membuat persepsi petani juga berbeda. Serangkaian atribut yang melekat pada produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan,

Menurut Tjiptono (2008) sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purna-beli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas), dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku pembelian berikutnya, jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang. Seseorang konsumen yang merasa puas cenderung akan mengatakan kepada orang lain. Pembelian ulang terhadap produk dimasa yang akan datang tentunya harapan bagi semua perusahaan.

Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti, salah satu permasalahan yang dihadapi UD Tani Makmur adalah banyaknya petani yang memilih benih padi merek yang berasal dari luar wilayah Probolinggo. Padahal, UD Tani Makmur menawarkan spesifikasi yang tak kalah unggul dan bersertifikat yang menjamin kualitas dari benih tersebut. mengingat konsumen menjadi tujuan utama, maka perlu melihat faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui atribut-atribut benih padi yang ditawarkan oleh persusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh atribut produk terhadap kepuasan petani Desa Triwungan Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sektor pertanian merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar dalam PDRB Kabupaten Probolinggo. Kabupaten probolinggo memiliki potensi besar dalam upaya meningkatkan produktivitas padi dalam negeri karena ditinjau dari mata pencaharian , hampir setengah dari keseluruhan penduduknya bekerja di sektor pertanian (BPS Kabupaten Probolinggo, 2013). Akan tetapi, potensi tersebut belum dimaksimalkan karena belum optimalnya industri kecil menengah. Padahal sasaran pokok dari Bappeda Kabupaten Probolinggo adalah terwujudnya potensi lokal yang berdaya saing untuk mencapai masyarakat yang lebih makmur dan sejahtera. Sesuai dengan visi tersebut, maka perusahaan maupun industri lokal harus melakukan upaya agar produk/jasa yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat.

UD Tani Makmur merupakan perusahaan yang memproduksi benih padi bersertifikat di wilayah probolinggo. Ketersediaan benih padi merek Tani Makmur ditawarkan untuk membantu petani dalam mendapatkan benih padi yang terjangkau dan tersedia dengan mudah. Setelah dilakukan survey pendahuluan ditemukan bahwasanya petani cenderung lebih mencari benih padi yang dikeluarkan oleh penangkar luar wilayah Probolinngo dibandingkan dengan benih yang diproduksi oleh perusahaan lokal. Adanya persaingan yang ketat dalam pemasaran menyebabkan produk yang benar-benar mampu memberikan jaminan kepuasan yang akan diterima oleh pasar. Kondisi pemasaran produk yang semakin dinamis, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi.

Penelitian ini mengacu pada lokasi dimana petani lebih tertarik menggunakan benih padi yang berasal dari luar wilayah dibandingkan dengan benih padi merek Tani Makmur yang merupakan perusahaan benih padi lokal. Permasalahan tersebut terjadi di Desa Triwungan Kabupaten Porobolinggo. Potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Probolinggo seharusnya dapat membantu perusahaan lokal untuk lebih mudah menawarkan benih padinya. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin melakukan analisis kepuasan petani terhadap benih padi merek Tani Makmur.

Berdasarkan paragraf sebelumnya, didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Atribut produk apakah yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Atribut manakah yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen produk benih padi merek Tani Makmur?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap produk merek Tani Makmur tanpa memperhatikan varietas.
2. Responden pada penelitian ini adalah anggota kelompok tani Sumber Rejeki yang masih aktif.
3. Menggunakan lima atribut pada penelitian ini yaitu 5 tepat yaitu jumlah, mutu, waktu, lokasi dan harga.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada paragraf yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui atribut produk yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Mengetahui atribut apa yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen produk benih padi merek Tani Makmur.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# II. Tinjauan Pustaka

## 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Telaah penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk memberi gambaran atau menjadikan bahan acuan, pertimbangan, dan perbandingan hasil dalam penelitian yang dilakukan. Berikut penjabaran secara singkat beberapa penelitian yang relevan dengan topic penelitian mengenai kepuasan konsumen menggunakan dimensi kualias jasa dan atribut produk.

Telaah penelitian terdahulu pertama berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis di Balai Induk Padi dan palawija di Kabupaten Kapahiang Provinsi Bengkulu" oleh Patimah dkk (2016). Penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan April 2015 hingga bulan Mei 2015 Penentuan wilayah menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu usaha pembenihan padi di Balai Benih Induk Padi dan Palawija (BBIP). Menggunakan teknik *simple random sampling* di ambil 15% dari total populasi, sehingga responden yang didapat sebanyak 57 rumah tangga. Pengambilan data dengan wawancara terstruktur menggunakan kuisioner dan menggunakan skala Likert untuk memperoleh data tingkat kepentingan. Metode analisis data dengan deskriptif, analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen di BBIP atribut pada kuadran II yaitu pelayanan selalu tepat waktu, kesesuaian isi, tanaman terhadap hama, hasil panen banyak, meyakinkan dan menanamkan rasa aman, kualitas produk, harga benih dan puas dengan produk benih. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan usaha benih padi Cigeulis mencapai nilai 80,35% yang berarti konsumen merasa sangat puas atas kinerja manajemen BBIP.

Hasibuan dkk (2013) melakukan penelitian tentang "Analisis Persepsi dan Sikap Petani terhadap Atribut Benih Kopi di Provinsi Lampung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi petani terhadap atribut-atribut benih kopi. Atribut benih kopi yang digunakan adalah produktivitas, ketahanan terhadap hama dan penyakit, umur panen, umur produktif, data tumbuh, efisien penggunaan pupuk, kemudahan pemeliharaan, harga benih, akses benih, dan stok benih.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Lampung Barat (Kecamatan Air Hitam, Way Tenong, Balik Bukit, Sumber Jaya) dan Kabupaten Lampung Utara (Kecamatan Abung Tinggi) dengan wawancara langsung kepada 62 responden petani kopi. Data yang diperoleh dianalisis dengan multi atribut *Fishbein* untuk mengetahui sejauh mana atribut benih kopi dianggap penting oleh petani. Hasil analisis menunjukkan bahwa petani menganggap atribut ketahanan terhadap serangan hama dan penyakit merupakan atribut penting dalam adopsi benih kopi, kemudian dikuti oleh produktivitas. Produk yang dianggap paling tidak penting adalah daya tumbuh benih. Sikap petani terhadap benih unggul kopi lebih tinggi dibandingkan benih local. Hal tersebut mendorong petani untuk lebih memilih mengunakan benih unggul dibandingkan dengan benih local. Sebanyak 63,38% dari hasil survey menunjukkan responden sudah menggunakan benih unggul.

Penelitian selanjutnya tentang "Kepuasan Petani Padi Terhadap Benih Padi Bersubsidi di Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang" oleh Isaskar dan Dwiastuti (2016). Lokasi dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan penentuan responden menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu responden penerima subsidi benih. Menggunakan 6 variabel yaitu variabel tepat varietas, tepat jumlah, tepat mutu, tepat waktu, tepat lokasi, dan tepat harga. Hasil analisis dengan menggunakan metode menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa analisis IPA menunjukkan bahwa tingkat kinerja dari keseluruhan variabel 6 tepat berada pada kategori "cukup baik" sehingga perlu untuk diperhatikan agar setidaknya sama dengan tingkat kepentingan atau harapan petani pengguna benih padi bersubsidi. Skor CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang diperoleh sebesar 72,69% menunjukkan petani padi pengguna benih subsidi merasa "puas" dengan kinerja atribut yang ditawarkan.

Sudrajad dan Andriani (2015) melakukan penelitian tentang "Pengaruh atribut produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk abon jamur tiram di perushaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur". Tujuan penelitian ini yaitu melihat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian abon jamur Ailanifood di Kota Malang. Variabel atribut yang diteliti meliputi merek, kemasan, kualitas dan harga. Penentuan responden menggunakan *non probability sampling* yaitu metode *accidental sampling* dan menggunakan alat analisis uji

Cochran Q dan Regresi Berganda. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa keempat atribut yang dianalisis yaitu kemasan, kualitas, harga dan merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk abon ajamur ailani kecuali atribut merek. Persepsi konsumen terhadap merek tidak terlalu diperhatikan karena tulisan Ailani yang cukup kecil. Atribut harga memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian. Harga abon jamur tidak terlalu tinggi dan dapat dijadikan produk substitusi abon lain.

"Sikap Petani Terhadap Pilihan Atribut Benih dan Varietas Kentang" yang diteliti oleh Suwandi dan Kartasih (2014) yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang sikap petani dalam mengoptimalkan kegunaan produk benih kentang. Lokasi penelitian di tiga sentra produksi yaitu Jawa Barat, Sumatera Barat, dan Sulawesi Utara. Metode analisis data menggunakan statistika deskriptif dan metode urutan kepentingan menggunakan analisis skor bobot berganda. Berdasarkan pertimbangan penelitian cenderung bersifat survai lini dasar, deskriptif dan tidak diarahkan untuk menguji model statistika maka pemilihan responden secara *purposive*. Variabel pilihan atribut meliputi produksi/ha, umur panen, ketahanan terhadap penyakit layu, kedalaman mata, jumlah mata dan ukuran benih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Granola merupakan varietas yang paling banyak ditanami pada musim tanam 2011 dan benih G3 merupakan generasi benih yang paling banyak digunakan. Atribut benih kentang yang paling disukai ialah benih yang memiliki potensi daya hasil > 30 t, umur panen 86–95 hari, ketahanan terhadap penyakit busuk daun, ketahanan terhadap penyakit layu, kedalaman mata < 0,5 cm, jumlah mata < 10, dan ukuran benih 30–40 g. Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli benih kentang ialah kemurnian dan bebas penyakit. Sementara itu, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan untuk memilih varietas kentang ialah ketahanan terhadap hama penyakit.

Melalui penelitian terdahulu, beberapa yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah persamaan produk yaitu padi dari penelitian Patimah, Hasibuan, Isaskar dan Astuti. Kesamaan yang lain terkait topik yaitu kepuasan benih padi pada penelitian Patimah, Isaskar dan Dwiastuti. Penelitian ini menggunakan variabel independen yang sama dengan penelitian Isaskar dan Astuti. Sedangkan penelitian

yang dilakukan oleh Sudrajad dan Dwi adalah berbeda produk namun alat analisis yang digunakan sama yaitu dengan menggunakan regresi linear berganda karena sesuai dengan tujuan penelitian ini serta sama-sama menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## 2.2 Pengertian Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selera konsumen yang beragam mengharuskan para produsen untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memenuhi keinginan pasar. Menurut Kotler (2007) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau memuaskan keinginan konsumen.

Menurut Tjiptono (2005) produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan. Kotler (2005) menjelaskan adanya lima tingkat produk, dimana setiap tingkatnya menambah nilai pelanggan:

1. Tingkat paling dasar adalah manfaat inti (*Core Benefit*), yaitu layanan atua manfaat mendasar yang sesungguhnya dibeli pelanggan.
2. Tingkat kedua manfaat inti diubah oleh pemasar menjadi produk dasar (*Basic Product*)
3. Tingkat ketiga adalah produk yang diharapkan (*Expected Product*) yaitu beberapa atribut dan kondisi yang biasaya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk tersebut.
4. Tingkat keempat adalah produk yang ditingkatkan, yaitu produk yang melampaui harapan pelanggan.
5. Tingkat kelima adalah produk yang potensial (*Potensial Product*) yaitu meliputi segala kemungkinan peningkatan dan perubahan yang mungkin akan dialami produk pada masa akan datang.

Mowen dan Minor (2002) menyatakan bahwa kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan kinsmen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Menganalisis hubungan konsumen terhadap produk, penting juga mempertimbangkan ciri-ciri khas produk. Menurut Peter dan Olson (2014) sejumlah ciri khas produk dapat diketahui mempengaruhi keberhasilan produk dan merek terbaru. Berikut ciri-ciri khas produk menurut Peter dan Olson (2014):

1. Kecocokan

   Kecocokan merujuk pada sejauh mana sebuah produk sesuai dengan afeksi, kognisi, dan perilaku konsumen saat ini.

2. Keterujian

   Keterujian merujuk kepada sejauh mana sebuah produk dapat diuji coba secara terbatas atau dipecah menjadi beberapa kualitas kecil untuk diuji coba yang tidak mahal.

3. Keteramatan

   Keteramatan merupakan sejauh mana produk memberikan pengaruh yang dapat dirasakan oleh pancaindra konsumen. produk baru yang dikenal oleh semua orang dan sering dibicarakan lebih besar kemungkinannya untuk cepat dipakai.

4. Kecepatan

   Kecepatan merujuk pada seberapa cepatkah konsumen merasakan manfaat produknya. Karena banyak konsumen berorientasi kepada kepuasan langsung daripada tertunda, produk yang mampu memberikan manfaat lebih cepat akan memiliki probabilitas lebih besar untuk setidaknya dicoba oleh konsumen.

5. Kesederhanaan

   Kesederhanaan merujuk pada sejauh mana kemudahan produk untuk dimengerti dan digunakan oleh konsumen. sebuah produk yang tidak membutuhkan penggunaan yang rumit lebih besar peluangnya untuk dicoba.

6. Keuntungan Kompetitif

   Keuntungan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah barang memiliki keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Tidak disangsikan bahwa keuntungan relatif merupakan ciri khas produk yang paling penting, bukan hanya agar konsumen mencoba saja atau pembelian satu kali melainkan juga untuk mendorong pembelian berlanjut.

## 2.3 Atribut Produk

Atribut produk merupakan salah faktor yang meningkatkan loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui kepuasan. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, atribut produk yang bermutu merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2008).

Pengembangan suatu produk melibatkan manfaat suatu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan produk memiliki manfaat yang dikomunikasikan atau dalam bentuk atribut produk seperti *product quality* (kualitas produk), *product features* (fitur product), *product design* (desain produk). Sedangkan menurut Simamora (2003) atribut produk adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, seperti harga, kualitas, kelengkapan fungsi (fitur), desain, layanan purna jual, dan lain-lain. Komponen atribut produk menurut Tjiptono (2005) yaitu merek, kualitas produk, citra, label, kemasan, layanan pelengkap dan jaminan garansi.

Peter dan Olson (2014) menyatakan bahwa atribut produk merupakan stimulus utama yang mempengaruhi afeksi, kognisi dan perilaku konsumen. Konsumen mengevaluasi atribut-atribut tersebut dalam hubungannya dengan nilai, kepercayaan dan pengalamannya sendiri diwaktu lampau.

### 2.3.1 Merek (*Brand)*

Griffin dan Ronald (2006) mengungkapkan pentingnya pemberian merek pada suatu produk. Pemberian merek adalah proses menggunakan simbol untuk mengkomunikasikan ciri produk tertentu yang dibuat oleh produser tertentu. Merek merupakan elemen mendasar yang menjadi gambaran tema utama dari suatu produk dalam menyajikan iklan yang sederhana hingga yang kompleks. Elemen nama merek adalah indikator dasar untuk mengkomunikasikan esensi dari sebuah konsep merek. Kinerja merek membantu akan maksimal di pasar jika diiringi dengan strategi pemasaran yang mendukung (Surrachman, 2008).

Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan merek merupakan suatu nama, kata, tanda, simbol dan simbol atau merupakan kombinasi dari semua yang diharapkan dapat mengidentifikasikan produk yang ditawarkan. Konsumen

memandang merek bagian penting dari produk dan penetapan merek bisa di sampaikan melalui beberapa hal sebagai berikut:

a. *Attributes*, berbagai atribut yang melekat pada suatu merek seperti barang mahal, mutu bagus, tahan lama, tidak luntur dan sebagainya.
b. *Benefit*, terkait dengan *functional* dan *emotional benefit*. Pada *functional benefit* seperti tahan lama sedangkan untuk *emotional benefit* seperti istilah barang mahal.
c. *Value*, memiliki nilai. Seperti barang mahal memiliki nilai tinggi bagi penggunanya karena dapat meningkatkan gengsi/prestise, kenyamanan dan keselamatan.
d. *Culture*, terkait dengan kebudayaan yang berkesan, terkenal, efisien dan selalu membeli barang yang berkualitas tinggi.
e. *Personality*, memperlihatkan, menunjukkan atau memberi kesan kepribadian terntentu terhadap suatu produk.

Kesadaran merek juga mempengaruhi pilihan konsumen. Merek-merek baru seringkali mengalami masa sulit untuk meraih pangsa pasar karena konsumen memiliki pengaruh positif yang sedemikian banyak terhadap merek yang sudah terkenal terlebih dahulu (Mowen dan Minor, 2002).

Keegen et al. dalam Ferrinadewi (2008) mengatakan merek merupakan citra yang tercipta dalam benak konsumen berdasarkan pengalaman mengkonsumsi suatu produk yang menjanjikan manfaat produk dari perusahaan tertentu. Suatu merek harus menampilkan makna yang ingin disampaikan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2000) ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum memutuskan pengambilan merek yaitu sebagai berikut:

1. Merek harus unik dan kuat
2. Merek harus menggambarkan sesuatu mengenai manfaat produk atau pemakaiannya.
3. Merek harus menggambarkan kualitas produk
4. Merek harus mudah diucapkan, dikenali dan diingat.
5. Merek tidak boleh mangandung arti buruk di tempat, Kota, Negara atau bangsa lain.

6. Merek mengharuskan dapat menyesuaikan diri dengan produk-produk baru yang mungkin dtambahkan ke dalam lini produk.

**2.3.2 Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu atribut produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut (Majalah *Service Excellence* Edisi 02/II, 2012). Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik yang memampukan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tidak dinyatakan.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2008) *"the ability of a product to perform its functions"* yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen. Adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Berikut merupakan beberapa penjabaran mengenai komponen dari kualitas menurut Kotler dan Armstrong (2008), yaitu:

a. Daya tahan, harapan konsumen terhadap jangka waktu asas kinerja produk dalam kondisi normal.
b. Keandalan, merupakan jaminan yang diberikan produsen atas kekuatan suatu produk. artinya seberapa handal produk tersebut dalam suatu periode, tidak mengalami kerusakan atau kegagalan.
c. Ketepatan, merupakan tingkat keserasian dalam pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi untuk mencapai tujuan tertentu.
d. Kemudahan operasional, yaitu ukuran sberepa mudah prooduk tersebut difungsikan secara normal oleh konsumen.

Sedangkan menurut Stevenson (2005), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. *Performance*, berkaitan dengan aspek fungsional barang serta merupakan karakteristik utama yang dipetimbangkan pelanggan dalam memberi barang tersebut.
2. *Aesthetics* merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
3. *Special features* adalah aspek tampilan yang berguna untuk mebambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan profuk dan pengembangannya.
4. *Conformance* berkaitan pada tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasrkan keinginan pelanggan.
5. *Reliability* adalah berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode wjtu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
6. *Durability* merupakan rsuatu reflesi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
7. *Perceived quality* berhubungan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk berkualitas.
8. *Serviceability* berkaitan dengan penanganan pelayanan purna jual, seperti penananganan keluhan yang ditujukan oleh pelanggan.

**2.3.3 Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk/jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen kepada produsen atas manfaat-manfaat yang dimiliki suatu produk atau ketika menggunakan produk/jasa tersebut (Kotler dan Amstrong 2001). Manajemen harus menentukan harga dasar yang tepat bagi produknya. Manajemen harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut, dan berbagai variabel yang bersangkut paut dengan harga. Harga adalah nilai suatu produk yang dinyatakan dalam satuan moneter. Tujuan penetapan harga adalah mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, merebut pangsa pasar, mengejar keuntungan mendapat *return on investmen* atau pengembalian modal (Kismono, 2011).

Manajer dalam perusahaan harus memutuskan penetapan harga dengan mempertimbangkan berapa yang akan diterima perusahaan sebagai immbalan

produknya. Griffin dan Ronald (2006) menyatakan tujuan penetapan harga merujuk pada tujuan yang ingin didapatkan produsen sebagai akibat keputusan penetapan harga. Tujuan penetapan harga dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

a) Penetapan harga untuk memaksimalkan laba

Jika harga terlalu rendah, perusahaan barangkali akan menjual banyak unit produk tetapi kehilangan peluang untuk menciptakan laba tambahan atas setiap produk. Jika harga terlalu tinggi, laba besar akan tercipta atas masing-masing unit tetapi lebih sedikit unit yang terjual.

b) Tujuan pangsa pasar

Banyak perusahaan siap menerima lama minimal bahkan kerugian, usaha ini dilakukan agar pembeli bisa mencoba produk.

**2.3.4 Kemasan**

Seringkali pembeli mengambil keputusan untuk membeli suatu barang hanya karena kemasan lebih menarik dari kemasan produk lain yang sejenis. Jadi kalau ada produk yang sama mutunya maupun bentuknya dikenal oleh pembeli, maka kecenderungan pembeli akan memilih produk yang kemasannya lebih menarik. Dengan demikian kemasan dapat digunakan sebagai salah satu strategi keunggulan bersaing dengan perusahaan yang memproduksi atau menjual produk sejenis. Kegiatan pengemasan hendaknya direncanakan secara matang, kemudian dilaksanakan secara baik.

Kemasan merupakan wasah fisik tempat produk itu dijual, diiklankan ata dilindungi. Suatu produk membutuhkan beberapa bentuk kemasan. Kemasan membuat produk itu menarik, menampilkan nama merek, serta mengidentifikasi cirri dan manfaat. Kemasan juga mengurangi resiko kerusakan, pecah atau busuk dan memperkecil kemungkinan dicuri (Griffin dan Ronald,2006).

Kotler dan Keller (2009) menyatakan kemasan merupakan semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk, peran kemasan bisa menciptakan nilai bagi konsumen dan ciri khusus bagi perusahaan. Kotler dan Keller (2007) mengungkapkan kemasan baik akan memberikan keuntungan sebagai berikut:

a) Identifikasi merek

b) Mengandung informasi yang deskriptif dan persuasive

c) Mempermudah proteksi dan transportasi produk.

### 2.3.5 Label

Tjiptono (2008) mengemukakan label merupakan bagian dari sebuah produk berupa keterangan atau penjelasan mengenai produk tersebut atau penjualannya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan etiket atau bisa pula keterangan yang di cantelkan kepada produk. Pada benih padi, label sebagai pusat informasi lengkap mengenai benih padi dalam kemasan. Ada beberapa label dalam satu kemasan, biasanya juga di lengkapi dengan lembar sertifikasi benih padi sebagai bukti penjaminan mutu produk.

Griffin dan Ronald (2006) mengungkapkan setiap produk memiliki label pada kemasannya yang mengidentifikasi namanya, produsen dan kandungannya seperti pengemasan, pelabelan dapat membantu memasarkan sebuah produk. Fungsi label menurut Kotler & Keller (2009) adalah:

1. Mengidentifikasi produk atau merek
2. Informasi mengenai produk dan asal usul produk seperti isi produk, bagaimana produk digunakan, bagaimana produk tersebut, siapa yang membuat produk dan lokasi produksi.

## 2.4 Tinjauan Benih

### 2.5.1 Pengertian Benih

Wirawan (2002) membedakan pengertian benih dan bibit. Biji dapat tumbuh menjadi tanaman tanpa campur tangan manusia. Sedangkan benih merupakan biji tanaman yang telah mengalami perlakuan sehingga dapat dijadikan sarana dalam memperbanyak tanaman. Benih yang baik adalah benih bermutu. Sebagai bukti bahwa benih yang di produksi oleh produsen maka benih harus melawati proses sertifikasi. Sutopo (1993) menyatakan benih yang telah diberi sertifikat merupakan benih yang terjamin mutunya karena benih tersebut melewati uji laboratorium dan uji lapang yang diawasi oleh Sub Direktorat Pembinaan Mutu Benih Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB). Proses produksi benih bersertifikat menerapkan cara-cara yang sesuai dengan persyaratan standar mutu benih.

Berikut merupakan kelas benih bersertifikat menurut Wirawan dan Sri (2002) berdasarkan tahapan generasi perbanyakan dan tingkat standar mutu:

1. Benih Penjenis

Benih penjenis adalah benih yang diproduksi oleh dan dibawah pengawasan Pemulia Tanaman yang bersangkutan atau Instansinya. Benih ini merupakan Sumber perbanyakan untuk benih dasar.

2. Benih Dasar

Benih dasar adalah turunan pertama dari benih penjenis. Benih dasar diproduksi di bawah bimbingan yang intensif dan pengawasan yang ketat sehingga kemurnian varietas dapat terpelihara. Benih dasar diproduksi oleh Instansi/Badan yang ditunjuk oleh Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan produksinya disertifikasi oleh Balai Pengawasan dan Sertifikasi benih.

3. Benih Pokok

Benih poko merupakan turunan dari benih dasar yang diproduksi dan dipelihara sedemikian rupa sehingga indetitas dan tingkat kemurnian varietas yang ditetapkan dapat dipelihara dan memenuhi standar mutu yang di tetapkan dan harus disertifikasi sebagai Benih Pokok oleh Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB).

4. Benih Sebar

Benih sebar merupakan keturunan dari benih pokok yang diproduksi dan dipelihara sedemikian rupa sehingga identitas dan tingkat kemurnian varietas dapat dipelihara, memenuhi standar mutu benih yang ditetapkan serta harus disertifikasi sebagai Benih Sebar oleh Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih

### 2.5.2 Atribut Benih

Pada penelitian ini, telaah atribut produk mengacu pada produk yang di teliti yaitu benih. Pitojo (2008) menyatakan bahwa diperlukan suatu perencanaan yang baik untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap benih yaitu dengan memenuhi enam indikator penyediaan benih seperti tepat varietas, tepat jumlah, tepat waktu, tepat mutu, tepat lokasi dan harga terjangkau. Sadjad (1993) menyatakan untuk benih bermutu hendaknya memenuhi enam kriteria tepat yaitu varietas, jumlah, mutu, waktu, lokasi, dan harga:

1) Varietas

Penggunaan benih varietas unggul bermutu, merupakan salah satu faktor dalam mencapai keberhasilan peningkatan produktivitas dan produksi tanaman pangan. Sementara itu, peningkatan produksi pangan belum diimbangi oleh produksi pangan yang lebih rendah dari laju peningkatan kebutuhannya.Untuk itu benih varietas unggul bermutu harus tersedia secara berkesinambungan mulai dari pengadaan Benih Penjenis, perbanyakan Benih Dasar, Benih Pokok sampai kepada Benih Sebar.

2) Jumlah

Penyediaan benih bermutu harus mengikuti prinsip tepat jumlah. Maksudnya adalah ketersediaan benih haruslah sesuai dengan luas tanam yang ada. Adanya ketidakseimbangan antara stok dan kebutuhan inilah yang pada umumnya memicu maraknya peredaran benih palsu atau benih kualitas rendah. Benih seperti ini sangat merugikan petani dan menghilangkan kepercayaan petani terhadap benih bermutu.

3) Mutu

Benih bermutu tentulah mempunyai kelebihan dibandingkan benih asalan. Keterangan mutu dicantumkan pada label yang tertera pada kemasan benih. Artinya bila lingkungan mendukung maka potensi produksinya menyamai seperti tertera pada labelnya. Prinsip tepat mutu juga dijadikan pedoman untuk menentukan jumlah benih yang diperlukan dalam luasan areal pertanaman.

4) Waktu

Prinsip tepat waktu adalah benih tersedia pada saat musim tanam tiba. Stok benih yang banyak tidak berarti bila saat dibutuhkan ketersediaan tidak ada. Hal-hal yang secamam ini dapat disebabkan transportasi yang terhambat.

5) Lokasi

Prinsip tepat lokasi adalah ketersediaan benih pada areal-areal pertanaman. Semakin luas areal pertanaman sepatutnya ketersediaan benih juga cukup. Prinsip tepat lokasi memperhatikan penyaluran benih subsidi pada lokasi yang tepat sesuai dengan rencana program subsidi agar tidak terjadi kesalahan atau tertukar. Lokasi penerimaan benih subsidi tersedia dekat pada areal-areal pertanaman agar lebih memudahkan petani.

6) Harga

Benih sebagai sarana produksi yang membawa sifat-sifat varietas tanaman, benih berperan penting dalam menentukan tingkat hasil yang akan diperoleh. Benih varietas unggul umumnya dirakit untuk memiliki sifat-sifat yang menguntungkan, antara lain ;

1. daya hasil tinggi
2. tahan terhadap hama penyakit
3. umur panen yang singkat
4. mutu dan produksi hasil panen yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu kendala penggunaan benih bermutu dikalangan petani (terutama petani kecil) adalah harga yang tidak terjangkau. Benih yang berkualitas unggul/bermutu harus melalui proses yang bertahap dan tidak mudah untuk direalisasikan, tahapan dalam memperoleh benih unggul selain menghabiskan waktu yang cukup lama juga memerlukan biaya yang besar pula. Mulai dari pengembangan varietas, pengujian lapangan, pengujian laboratorium hingga kepada sertifikasi benih sehingga pada umumnya benih yang berkualitas unggul dan bersertifikat mempunyai nilai jual/harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan harga benih lokal yang kurang bermutu atau benih yang tidak bersertifikat.

## 2.5 Kepuasan Konsumen

### 2.5.1 Pengertian Konsumen

Hal terpenting yang harus diperhatikan saat ini adalah kepuasan konsumen. Semua upaya yang kita lakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul tidak ada artinya jika tidak berusaha memuaskan konsumen. Kualitas layanan adalah salah satu isu strategik yang perlu dikembangkan melalui visi perusahaan, artinya bahwa strategi yang harus dikembangkan mengenai kualitas antara lain dengan menyediakan barang atau jasa dengan layanan yang mampu memenuhi harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang diharapkan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2005) mengemukakan mengenai definisi

pelanggan sebagai : kepuasan pelanggan berasal dari bahasa latin *"Satis"*, yang cukup baik dan memadai, sedangkan *"Factio"* artinya melakukan atau membuat. Jadi kepuasan dapat diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu".

**2.5.2 Lingkungan Konsumen**

Mowen dan Minor (2002) menyatakan lingkungan konsumen terdiri dari faktor-faktor yang ada secara independen dari konsumen individual dan perusahaan yang mempengaruhi proses pertukaran. Lingkungan konsumen terdiri dari lingkungan fisik dan lingkungan sosial.

Lingkungan fisik merupakan aspek fisik dan tempat yang konkrit dari lingkungan yang meliputi suatu kegiatan konsumen. Lingkungan fisik mempengrauhi persepsi konsumen melalui mekanisme sensor penglihatan, pendengaran, penciuman dan bahkan sentuhan. Berikut beberapa pemaparan yang mempengaruhi lingkungan fisik konsumen:

1. Pengaruh Lokasi toko

   Faktor-faktor nilai yang mempengaruhi nilai suatu property atau usaha dalah lokasi. Lokasi toko mempengaruhi konsumen dalam beberapa perspektif. Luas perdagangan yang mengelilingi toko mempengaruhi keseluruhan jumlah masyarakat yang mungkin tertarik pada toko tersebut. Analogi pengaruh gravitasi dengan melihat jarak dan memprediksi seberapa banyak orang-orang akan melewati batas batas kota untuk berbelanja. Jarak juga mempengaruhi seleksi toko.

2. Pengaruh *Atmospheric*

   *Atsmospheric* adalah istilah yang lebih umum daripada tata ruang toko. Berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan dapat mendesain bangunan, interior, tata ruang lorong-lorong, dindinh, bau, warna, bentuk dan suara yang dialami pelanggan, hal tersebut dilakukan untuk mencapai pengaruh tertentu.

Lingkungan sosial berhubungan dengan pengaruh orang lain terhadap konsumen dalam situasi konsumsi. Misalnya, adanya suatu kelompok dapat menyebabkan tekanan kesesuaian atas konsumen. Pengetahuan bahwa situasi konsumsi meliputi kehadiran orang lain secara sengaja atau tak terduga dapat mempengaruhi tindakan konsumen

Alasan mengapa orang membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa jelas berbeda-beda. Tujuan membeli ini disebut dengan definisi tugas (*task definition*) konsumen atau situasional untuk membeli atau konsumsi suatu produk atau jasa pada waktu dan tempat tertentu. Hal yang sangat erta hubungannya adalah situasi pemakaian (*usage situations*), situasi pemakaian membentuk konteks dimana produk digunakan dan mempengaruhi ciri-ciri produk yang dicari oleh konsumen. Tuntutan atau persyaratan ini berpusat di sekitar kebutuhan konsumen bergantung pada kebutuhan dengan bobot ringan, profitabilitas, dan durabilitas. Terkadang suatu produk terpaku hanya pada situasi tertentu yang membatasi potensi pasarnya. Konsumen bisa datang untuk menggunakan suatu produk secara teratur dalam situasi tertentu dan beranggapan tidak tepat pada situasi lainnya (Mowen dan Minor, 2012).

### 2.5.3 Motivasi Konsumen dalam Bekerja

Konsumen pada penelitian ini adalah petani. Petani melambangkan sebuah pekerjaan. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam bekerja:

1. Umur

   Umur mempunyai hubungan terhadap responsibilitas seseorang akan penawaran tenaga kerjanya. Selama masih dalam usia produktif, semakin tinggi umur seseorang, semakin besar tanggung jawabnya yang ditanggung, meskipun pada titik tertentu penawaran akan menurun seiring dengan usia yang makin bertambah pula (Simanjutntak, 1985).
2. Tingkat Pendidikan

   Simanjuntak (1985) menjelaskan semakin tinggi pendidikan, akan menjadikan waktu yang dimiliki menjadi mahal, dan keinginan untuk bekerja semakintinggi. Sebaliknya, semakin rendah tingkat pendidikan, akses pekerjaan pun sangat terbatas.
3. Jumlah tanggungan

   Tanggungan keluarga merupakan salah satu alasan utama bagi para wanita rumah tangga turut serta dalam membantu suami untuk memutuskan diri untuk bekerja memperoleh penghasilan. Semakin banyak responden mempunyai anak dan tanggungan, maka waktu yang disediakan responden untuk bekerja

semakin efektif (Sihol dkk, 2007). Lebih lanjut Artini dan Handayani (2009) ,mengatakan bahwa umumnya perempuan termotivasi untuk bekerja adalah untuk membantu menghidupi keluarga.

### 2.5.4 Pengertian Kepuasan

Evaluasi paska pembelian suatu produk yang sekurang-kurangnnya sama atau melampaui harapan konsumen dapat menimbulkan rasa puas pada diri konsumen, namun konsumen akan merasa tidak puas jika hasil produk yang diterima tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara ekspektasi konsumen terhadap produk dengan kinerja produk yang diterima (Kotler dan Keller, 2009).

Kepuasan konsumen didefiniskan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya dan hal tersebut merupakan penilaian evaluative paska pemilihan (Mowen dan Minor, 2012).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan karena dengan banyaknya konsumen yang puas dapat membawa keuntungan bagi perusahaan (Anshori, 2007). Kepuasan konsumen terhadap suatu produk menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut sehingga diharapkan konsumen akan melakukan pembelian ulang dimasa mendatang.

Berikutdisajikan tabel 1 merupakan alternatif definisi kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2000).

Tabel 1. Alternatif Definisi Kepuasan Konsumen:

| No. | Perspektif | Definisi Kepuasan Konsumen |
|---|---|---|
| 1. | Normatif Defiction Definition | Perbandingan antara hasil (outcome) dengan hasil yang secara kultural dapat diterima |
| 2. | Equity Definition | Perbandingan perolehan/keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial bila peroleh tersebut tidak sama, maka pihak yang dirugikan akan tidak puas |
| 3. | Normative Standart Fairness Definition | Perbandingan antara hasil aktual dengan harapan standar konsumen (yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu |

| | | |
|---|---|---|
| 4. | Procedural Fairness Definition | Kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan atau persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukakan secara adil. |
| 5. | Attributional Definition | Kepuasan tidak hanya ditentuakan oleh ada tidaknya diskonfirmasi harapan, namun juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi |

Sumber: Hunt dalam Tiptono (2000)

Rangkuty (2004) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Tjiptono (2008) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setelah mengkonsumsi suatu produk setidaknya sama atau sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Mujiharjo (2006), kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh kepada pola perilaku selanjutnya. Hal ini dapat ditunjukkan pelanggan sebelum, pada saat mengkonsumsi/membeli atau setelah terjadi proses pembelian / mengkonsumsi produk atau layanan. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan memberikan referensinya terhadap produk kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas dapat mengajukan komplain dengan produk tersebut. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terjadinya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk.

### 2.5.5 Harapan dan Persepsi konsumen

Harapan dan persepsi pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan. Menurut Taroreh (2015) persepsi konsumen merupakan cara bagaimana konsumen memberi makna pada rangkaian rangsanagan dan proses kognisi. Ketika konsumen melakukan interpretasi pada sebuah iklan atau informasi yang dilihat maka terjadi proses kognisi dalam bentuk konsumen. Persepsi juga berperan pada paska konsumsi produk yaitu ketika konsumen melakukan evaluasi atas keputusan pembeliannya yang akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak puas.

Setelah menikmati pelayanan yang diberikan konsumen akan membandingkan antara harapan dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan (Sukoco, 2009).

### 2.5.6 Konsep Kepuasan Konsumen

Konsep Kepuasan Pelanggan Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu. Konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Tjiptono (2000) sebagai berikut:

1) Kinerja (performance), karakteristik pokok dari suatu produk inti, (core produk) yang dibeli.
2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), yaitu karakteristik sekunderatau pelengkap.
3) Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memnuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4) Keandalan (reliability), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakanatau gagal pakai.
5) Daya tahan (durability), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6) Servicebility, meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8) Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

### 2.5.7 Tingkat Kepuasan Konsumen

Terdapat lima faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen menurut Irawan (2004), yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Pelanggan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada elemen dari kualitas produk, yaitu: *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*.

2. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama teteapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelangannya.

3. *Service Quality*

*Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan jika kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.

4. *Emotional Factor*

Konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk atau merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

5. Biaya dan Kemudahan

Faktor yang kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk menndapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

## 2.6 Hubungan Atribut Produk dengan Kepuasan Konsumen

Kotler dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan/ kebutuhan konsumen. Menurut Keegan (2007) produk didefiniskan sebagai atribut fisik, psikologi dan simbolis yang bisa menghasilkan kepuasan maupun manfaat bagi konsumen. Sekelompok atribut penting dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas/ ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu.

Pada dasarnya atribut produk merupakan keunggulan dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dan juga sebagai pembeda antara produk sejenis yang ditawarkan perusahaan lain dipasar. Menurut Tjiptono (2005) atribut produk juga merupakan pengembangan suatu produk melibatkan penentuan manfaat oleh produsen yang akan diberikan atau diserahkan kepada konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka atribut produk memiliki peranan penting dalam mendukung upaya menciptakan kepuasan konsumen sebagai pengkonsumsi produk.

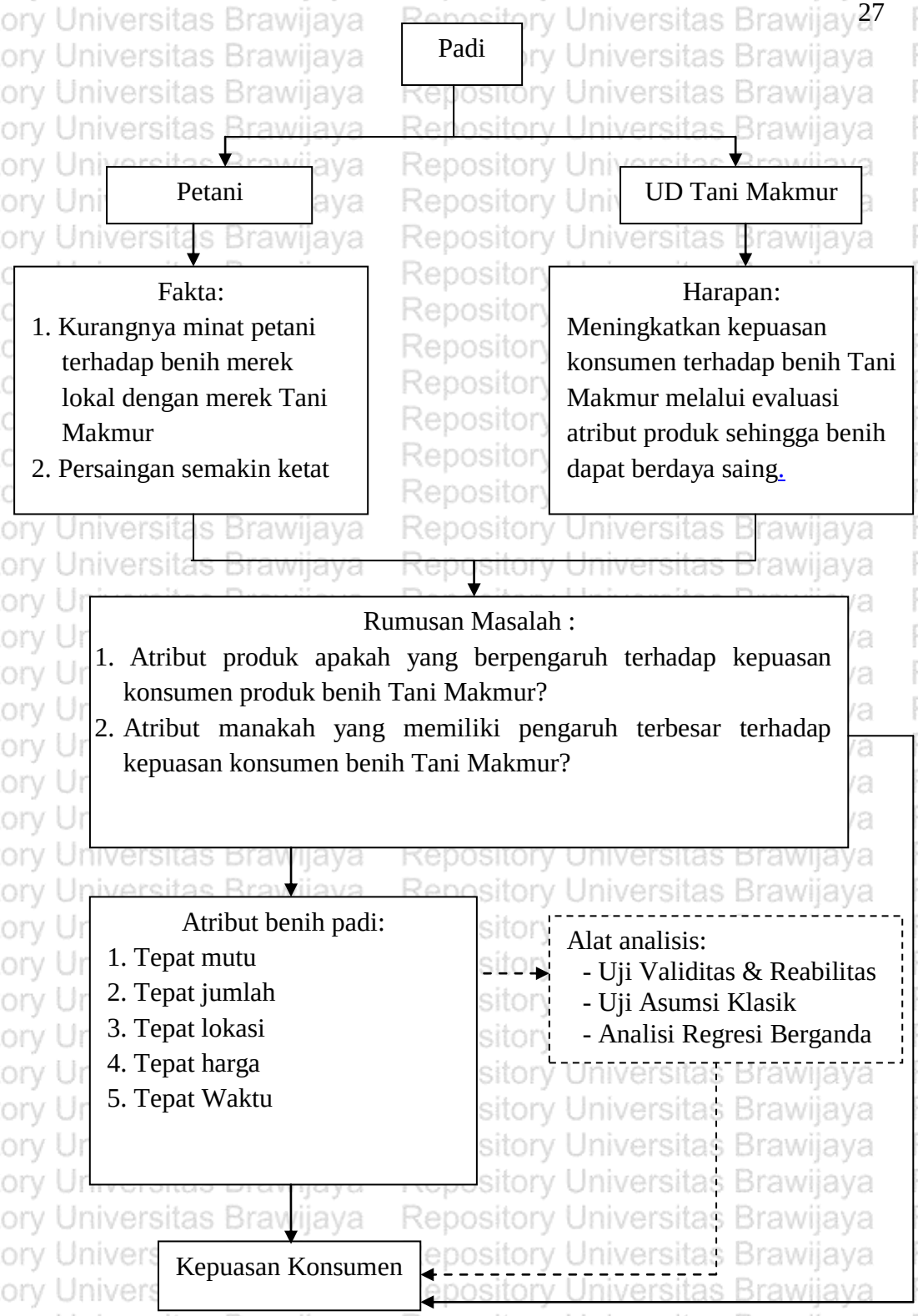
# III. KERANGKA TEORITIS

## 3.1 Kerangka pemikiran

Permintaan beras di Indonesia semakin meningkat seriring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Usaha budidaya memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan usaha tani. Upaya untuk meningkatkan produksi padi dengan penggunaan benih unggul bersertifikat. Program pemerintah mengenai swasembada beras semakin memberikan potensi bagi setiap daerah untuk meningkatkan produksinya. Hal serupa juga adalah semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi benih unggul bersertifikat sebagai bukti penjaminan mutu.

Keberadaan perusahaan yang menawarkan berbagai merek di pasaran adalah untuk memenuhi permintaan petani yang beragam. Kabupaten probolinggo juga menawarkan merek benih padi unggul bersertifikat sebagai tanda penjaminan mutu. Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan permasalahan yaitu masih banyak petani yang menginginkan benih padi asal dari luar wilayah. Masuknya benih padi dari luar daerah membuat persaingan tidak hanya terjadi antar merek lokal, tetapi juga dengan merek luar wilayah.. Padahal salah satu visi Dinas Pertanian Probolinggo adalah menciptakan produk lokal yang berdaya saing.

Menyediakan produk yang mampu memenuhi harapan konsumen adalah hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan. Atribut produk merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, artinya bahwa pengembangan strategi untuk mengevaluasi atribut produk perlu dilakukan untuk mencapai kepuasan konsumen. Jika mereka merasa puas dengan produk yang dibeli, diharapkan aka nada pembelian ulang dimasa yang akan datang. Pada penelitian ini menganalisis atribut benih padi merek Tani Makmur terhadap kepuasan petani sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi atribut-atribut yang harus di perbaiki agar mampu bersaing dengan merek lain.




Keterangan :

→ : Alur pemikiran

- - - → : Alat analisis

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

## 3.2 Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran, telah disusun hipotesis yang merupakan dugaan sementara dari permasalahan penelitian. Selanjutnya harus di buktikan sebagai berikut :

Atribut yang terdapat pada variabel mutu, jumlah, tepat lokasi, harga dan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk benih padi Tani Makmur.

1. Di duga semua variabel mempengaruhi kepuasan petani.
2. Di duga atribut produk tepat mutu yaitu kemasan terbuat dari bahan yang kuat,harga benih terjangkau, batang besar dan kuat, umur tanaman, jumlah gabah >120 butir/malai, jumlah anakan produkti >20anakan, tahan rebah serta tahan OPT memiliki pengaruh yang paling penting dalam mempengaruhi kepuasan petani sehingga perlu di pertahankan.

## 3.3 Definisi Operasional

Penelitian ini menganalisis pengaruh atribut benih padi Tani Makmir terhadap kepuasan petani padi. Adapun variabel pada penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu dari Isaskar dan Astuti (2016) yaitu tepat varietas, tepat mutu, tepat jumlah, tepat lokasi, tepat harga dan tepat waktu. Untuk menghindari kesalahan persepsi antara pembaca dan penulis, maka berikut penjabaran dari definisi oprasional dan pengukuran variabel yang terkait dalam penelitian antara lain:

1. Mutu

Mutu merupakan gambaran total sifat dari suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan kepuasan. Terdapat 18 atribut yang digunakan sebagai indikator variabel tepat mutu meliputi: kemasan benih memuat informasi yang benar, kemasan terbuat dari bahan yang kuat, batang besar dan kuat, tahan rebah, ketahanan OPT, tingkat rendeman gabah menjadi beras 60-70%, pertahanan beras rendah 30%, dan warna beras putih berkapur.

2. Jumlah

Jumlah merupakan banyaknya bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu. Tepat jumlah artinya kesesuaian jumlah yang di janjikan dengan keadaan dilapang. Indikator pada variabel tepat jumlah meliputi ketersediaan benih dapat dipastikan, ketepatan jumlah benih dengan luas lahan, jumlah gabah lebih dari 120 butir/malai dan Jumlah anakan produktif lebih dari 20 anakan.

4. Waktu

Waktu merupakan seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan, atau keadaan berada atau berlangsung. Tepat waktu artinya ketepatan waktu benih di distribusikan dan kesesuaian tumbuh berkembangnya tanaman keterangan yang tertera pada label. Atribut yang digunakan pada variabel tepat waktu meliputi Keserempakan pertumbuhan pada umur 1 bulan, Umur tanaman dan tinggi tanaman.

5. Tepat lokasi

Tepat lokasi artinya kemudahan produsen dalam menyediakan benih padinya. Atribut yang digunakan sebagai indikator variabel tepat waktu meliputi benih diperoleh dengan mudah dan terjangkau, dan Dapat tumbuh pada lahan yang dimiliki

6. Tepat harga

Tepat harga artinya sejumlah nilai yang dikeluarkan petani untuk membeli benih padi. Apakah harga yang ditawarkan oleh produsen bisa di jangkau oleh petani atau tidak. Atribut yang digunakan sebagai indikator variabel tepat harga adalah harga benih terrjangkau. harga padi konsumsi dan perbandingan harga.

# IV. METODE PENELITIAN

## 4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Triwungan, Kecamatan Kotaanyar, Kabupaten Probolinggo. Penetapan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja berdasarkan survey pendahuluan dengan *key informan* di daerah tersebut terdapat pemasalahan yaitu beberapa petani lebih menyukai benih padi dari luar wilayah, pertimbangan yang lain adalah daerah tersebut merupakan lokasi yang dekat dengan produksi benih padi merek Tani Makmur. Sehingga lokasi yang dipilih mendukung untuk dilakukan penelitian. Kegiatan penelitian ini dilakukan setiap hari selama satu bulan pada bulan Mei 2017 hingga Juni 2017.

## 4.2 Metode Penentuan Responden

Populasi pada penelitian ini adalah Kelompok Tani yang berada di Desa penelitian yaitu Kelompok Tani Sumber Rejeki dimana semua anggotanya menggunakan Benih Tani Makmur. Penentuan jumlah responden menggunakan teknik sensus yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel (Darmawan, 2013). Pemilihan tenik sensus adalah berdasarkan jumlah anggota kelompok tani yang aktif. Merujuk pada alat analisis data yang digunakan yaitu minimal responden adalah sebanyak 30 responden dan batasan responden pada penelitian ini adalah hanya kepada anggota kelompok tani yang aktif yaitu dengan jumlah 45 responden.

## 4.3 Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua sumber data yang akan digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Berikut paparan sumber data:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti kepada responden dalam penelitian. Pada penelitian ini data primer berasal dari 45 responden dengan menggunakan metode wawancara, observasi, pencatatan dan dokumentasi. Berikut metode pengumpulan data primer pada penelitian ini, yaitu:

a) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi secara lisan. Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini melalui perbincangan atau bertatap muka dengan responden dan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan.

b) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Metode observasi dilakukan untuk mengamati keadaan lingkungan responden, lokasi penelitian serta sikap responden.

c) Pencatatan

Pada metode ini peneliti dapat mencatat data yang diperoleh atau mencatat hasil dari permasalahan, keadaan atau informasi dari segala sumber penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, baik diperoleh dengan wawancara atau observasi.

d) Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah kegiatan memotret kegiatan responden ketika wawancara, memotret informasi yang berkaitan dengan penelitian, memotret data-data yang tidak dapat dicatat dan memotret peneliti dengan responden setelah melakukan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian dari berbagai literatur-literatur, jurnal-jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang mendukung. Pada penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari UD Tani Makmur, kantor desa, kios-kios pertanian yang bermitra dengan UD Tani Makmur

3. Skala likert

Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk menunjukkan tingkat kesepakatan konsumen dengan mengisi kuisioner. Dalam menilai kepuasan, skala likert memperlakukan kepuasan konsumen seolah-olah merupakan suatu sikap, dan validitas memandang kepuasan

sebagai sikap. Dengan demikian, diharapkan pelanggan memberikan bobot yang berarti pada berbagai atribut atau jasa (Mowen dan Minor, 2002).

## 4.4 Uji Instrumen

### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan esensi dari kebenaran penelitian. Sebuah item perrtanyaan dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta daqpat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat (Sekaran, 2006)

Menurut Sugiyono (2012), suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas digunakan rumus sebagai berikut :

$$r=\frac{n\,(\sum xy)-(\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n}(\sum_x 2)-(\sum x)^2 \mathrm{n} \sum_y 2-\sum y)^2}$$

Keterangan :

*r* = koefisien korelasi

*X* = skor butir

*Y* = skor total butir

*n* = jumlah sampel responden

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Bila skor tiap butir pertanyaan atau pernyataan tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alpha tertentu (5%), maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur tersebut valid.

### 4.4.2 Uji Reabilitas

Menurut Nasution (2001), suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama.

Menurut Sugiyono (2012) yaitu instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas instrument dapat menggunakan rumus *Alpha Cronboach*, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum_{ab} 2}{\sum_{\sigma t} 2}\right]$$

Keterangan:

$r_{11}$ =Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya item Pertanyaan

$\sum_{ab} 2$ = Jumlah varian item pertanyaan

$\sum_{\sigma t} 2$ = Varians total

Suatu instrumen dikatakan reliabel sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala pada waktu yang berlainan, dengan nilai melihat *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,6 *Alpha Cronbach* lebih kecil atau kurang dari 0,6. Suatu pengukuran dikatakan reliabel bilamana paling tidak nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,06 (Widayat, 2004). Pada penelitian ini mengetahui nilai reliabilitas, maka peneliti menggunakan SPSS 16.00 *for windows*. Dasar pengambilan untuk uji reliabel adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel.
b. Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka instrument dinyatakan tidak reliabel.

## 4.5 Metode Analisis Data

### 4.5.1 Metode Deskriptif

Salah satu metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu menganalisa data yang telah dikumpulkan. Analisa deskriptif dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data yang sudah diperoleh. Pada penelitian ini analisa deskriptif dilakukan untuk menganalisa gambaran umum responden serta menganalisis hasil penelitian dengan cara mengiterpretasikan variabel tepat mutu, jumlah, waktu, lokasi dan harga terhadap kepuasan petani.

### 4.5.2 Metode Statistik

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (tepat mutu, jumlah, waktu, lokasi dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan petani) dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS 16.00 *for windows*.

#### 4.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sesuai dengan tujuan pada penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karen itu, dilakukan uji asumsi klasik sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis OLS (Ansofino dkk, 2016). Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, berikut penjelasannya:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tapi jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi mmenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel

independen saling berkorelasi (diatas 0,9) dan nilai R2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (Variance Inflation Factor) > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Cara mendeteksi heterokedastisitas dan homokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antar SRESID dan ZPRED. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

**4.5.2.2 Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berkaitan dengan studi mengenai ketergantungan suatu variabel, yaitu variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel lainnya, yaitu variabel penjelas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melakukan prediksi mengenai bagaimana variabel terikat bila nilai variabel bebas diturunkan atau dinaikkan serta mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Tujuan peneraan metode ini adalah untuk memprediksi besaran nilai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen (Siregar, 2014).

Model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1X_1 + b2X_2 + b3X_3 + b4X_4 + b5X_5 + e$$

Dimana:

| | |
|---|---|
| Y | = Kepuasan Konsumen |
| a | = Konstanta |
| $X_1$ | = Mutu |
| $X_2$ | = Jumlah |
| $X_3$ | = Lokasi |
| $X_4$ | = Harga |
| $X_5$ | = Waktu |
| $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6,$ | = Koefisien Regresi |
| e | = *Error disturbances* |

**4.5.2.3 Pengujian Hipotesis**

Pengujian Hipotesis dengan menggunakan analisis linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan variabel indeenden. Pada penelitian ini khusunya mengetahui pengaruh variabel merek, kualitas produk, harga, kemasan dan label terhadap kepuasan konsumen.

**1. Uji F (Simultan)**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji distribusi F dengan cara membandingkan antara nilai Fhitung apabila perhitungan Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak dan sebaliknya. Pada uji ini tujuannya adalah membuktikan hipotesis pertama tentang pengaruh atribut tepat varietas (X1), tepat mutu (X2), tepat jumlah (X3), tepat lokasi (X4), tepat harga (X5), tepat waktu (6) terhadap variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Tingkat kepercayaan 95% atau dengan taraf signifikasi sebesar 5% maka:

a) Jika F hitung > F tabel, maka H0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b) Jika F hitung < F tabel, maka H0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

**2. Uji t**

Uji ini digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial. Apabila t hitung < ttabel maka Ho diterima, sebaliknya jika thitung > ttabel maka Ho ditolak. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen terlihat dari probabilitas variabel bebas dibandingkan dengan tingkat kesalahannya. Jika probabilitas variabel lebih besar dari ttingkat kesalahannya maka variabel bebas tidak berpengaruh, tetapi jika probabilitas variabel bebas lebih kecil dari tingkat kesalahannya maka variabel independen tersebut berpenaruh terhadap variabel dependen.

Nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. $H_0$ diterima bila t hitung < t tabel pada $\alpha = 5\%$

b. $H_0$ ditolak bila t hitung > t tabel pada $\alpha = 5\%$

**3. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Koefisien Determinasi Berganda ($R^2$) adalah estimasi proporsi variabel terikat kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu mutu (X1), jumlah (X2), waktu (X3), lokasi (X4), dan harga (X5). Bila $R^2 = 1$ berarti presentase menjelaskan X1, X2, X3, X4, X5 terhadap naik turunnya Y sebesar 100% dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi variabel Y, sebaliknya. Perhitungan koefisien determinasi ($R^2$) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam model menerangkan variasi dari variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabelvariabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## 4.6 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data dengan analisis kuantitatif pada penelitian ini melalui beberapa tahap yaitu :

1. *Editing*

Tahapan ini berfungsi untuk memilih data yang diperlukan oleh penelitian dan membuang data yang tidak diperlukan.

2. *Coding* (pengkodean)

Tahapan ini merupakan suatu proses pemberian kode-kode tertentu terhadap macam kuesioner untuk pengkategorian kelompok yang sama.

3. *Scoring* (pemberian skor)

Tahapan ini berfungsi mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam data kuantitatif. Pada tahap ini, skor yang dipergunakan adalah skala Likert yaitu:

- Sangat Setuju, skornya bernilai 5.
- Setuju, skornya bernilai 4.
- Cukup Setuju, skornya bernilai 3.
- Tidak Setuju, skornya bernilai 2.
- Sangat Tidak Setuju, skornya bernilai 1.

4. *Tabulating* (tabulasi)

Tahapan ini berfungsi mengelompokkan data secara teratur atas jawaban - jawaban yang akan dihitung dan dijumpai sampai berbentuk guna. Dengan demikian, melalui tabulasi ini nantinya akan dipakai membuat data tabel untuk mendapatkan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

5. *Transformation data* (transformasi data)

Secara garis besar, ilmu statistika dibagi dua yaitu Statistika parametrik dan statistika nonparametrik. Statistika parametrik adalah ilmu statistika yang mempertimbangkan jenis sebaran/distribusi data, yaitu apakah data menyebar normal atau tidak. Pada umumnya, jika data tidak menyebar normal, data harus dikerjakan dengan metode statistika nonparametrik atau setidak-tidaknya dilakukan transformasi agar data mengikuti sebaran normal sehingga bisa dikerjakan dengan metode statistika parametrik. Berdasarkan skala pengukurannya, data statistika digolongkan menjadi empat bagian, yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval, skala rasio (Sartika,2010).

Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert termasuk ke dalam jenis data ordinal. Data ordinal merupakan statiska nonparametric, dan data tersebut harus ditransformasikan ke data interval yang merupakan metode statestik parametric sehingga data tersebut dapat diolah untuk uji statistika pada model regresi linier berganda. Pada penelitain ini menggunaka Metode *Successive* Interval (MSI).

6. Metode *Successive* Interval (MSI).

Transformasi data ordinal ke data interval dapat dilakukan dengan menggunakan metode *successive* interval. Menurut Hays (1976), Langkah-langkah Metode *Succesive* interval secara manual sebagai berikut :

a. Untuk setiap pertanyaan, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban).
b. Berdasarkan frekuensi setiap kategori, dihitung proporsinya.
c. Dari proporsi yang diperoleh, hitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori.
d. Tentukan pula nilai batas Z untuk setiap kategori.
e. Hitung *scale value* (interval rata-rata) untuk setiap kategori melalui persamaan berikut

$$Scale = \frac{kbb - kbba}{dbba - dbb}$$

Dimana

kbb = kepadatan batas bawah

kba = kepadatan batas atas

dbba = daerah di bawah batas atas

dbbb = daerah di bawah batas bawah

f. Hitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan :

$$Score = scale\ value + |scale\ value_{min}| + 1$$

Transformasi yang dilakukan dengan meotode MSI pada penelitian ini menggunakan file Stat97.xla didalam software Microsoft excel.

# V. HASIL PENELITIAN

## 5.1 Hasil Penelitian

### 5.1.1 Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan atas jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis lahan, status lahan, luas lahan yang dimiliki, luas lahan yang ditanami benih padi tani makmur, lama melakukan usaha tani padi, jumlah menanam benih padi Tani Makmur dalam satu tahun. Karakteristik responden ini diidentifikasi berdasarkan angket yang terkumpul yakni sesuai dengan total sampel dalam penelitian ini yaitu 45 responden. Hasil analisis statistik deskriptif untuk karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

#### 5.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin petani padi, secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut:

Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | Laki-Laki | 31 | 69% |
| 2 | Perempuan | 14 | 31% |
| | Jumlah | 45 | 100% |

Sumber data: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.1 dari 45 responden dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin pada penelitian ini di dominasi oleh laki-laki sebanyak 69% atau 31 orang. Sedangkan sisanya 31% atau 14 orang adalah perempuan. Mayoritas petani di Desa Triwungan adalah laki-laki. Hal ini berkaitan dengan pekerjaan pertanian yang membutuhkan fisik yang kuat. Karakteristik sosial budaya pada daerah penelitian yang menganggap bahwa yang wajib bekerja adalah seorang suami sebagai kepala keluarga dan perempuan sebagai ibu rumah tangga mengurus keperluan dirumah. Akan tetapi, responden perempuan pada penelitian ini mereka yang mengambil alih pekerjaan seorang kepala keluarga karena suami meninggal dan ada beberapa suaminya pergi bekerja merantau ke luar daerah.

### 5.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan usia, berikut disajikan lengkap pada tabel 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | ≤25 Th | 1 | 2% |
| 2 | 26-35 Th | 4 | 9% |
| 3 | 36-45 Th | 6 | 13% |
| 4 | 46-55 Th | 21 | 47% |
| 5 | >55 Th | 13 | 29% |
| Jumlah | | 45 | 100% |
| Rata-rata | | 50.8 Th | |

Sumber data: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.2 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani yaitu 47% atau 21 orang berusia 46-55 tahun, sedangkan rentangan usia paling sedikit yaitu ≤25 tahun. Usia rata-rata petani yaitu 50,8 tahun dengan usia tertua 75 tahun dan termuda 24 tahun. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani berusia matang dan berusia tua, berdasarkan hasil wawancara rata-rata petani yang berusia matang adalah mereka yang meneruskan usaha kedua orang tuanya. Sebelum petani melakukan usahatani secara mandiri, petani mengikuti jejak orang tua pergi ke sawah sejak kecil sehingga petani memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai usahatani.

### 5.1.1.3 Karakteristik Responden Pendidikan

Jumlah responden yang berstatus sebagai petani berdasarkan jenjang pendidikan yang dimilikinya terdapat pada tabel 5.3 berikut ini:

Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| No | Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | SD | 6 | 13% |
| 2 | SMP | 8 | 18% |
| 3 | SMA | 20 | 44% |
| 4 | Diploma | 3 | 7% |
| 5 | Sarjana | 7 | 16% |
| Jumlah | | 44 | 98% |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 5.3 didapatkan hasil responden petani dimana terdapat sebagian besar responden yaitu 44% atau 20 orang memiliki pendidikan SMA. Hal tersebut dikarenakan beberapa hal diantaranya, usia petani yang tergolong cukup tua dimana pada masa tersebut jenjang pendidikan SMA sudah termasuk jenjang pendidikan yang cukup tinggi, selanjutnya kemampuan bertani tidak hanya ditentukan oleh faktor pendidikan tetapi lebih pada faktor pengalaman.

**5.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Lahan**

Karakteristik responden yang dianalisis berdasarkan jenis lahan yang dimiliki secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut:

Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Lahan

| No | Jenis Lahan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | Sawah | 33 | 73% |
| 2 | Tegalan | 12 | 27% |
| | Jumlah | 45 | 100% |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 5.4 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani yaitu 73% atau 33 orang memiliki jenis lahan berupa sawah, sedangkan sisanya 27% atau 12 orang memiliki jenis lahan tegalan. Sebagian besar lahan yang digunakan untuk menanam padi adalah jenis persawahan, hal tersebut tidak terlepas dari karakteristik tanaman padi yang membutuhkan air yang banyak yang sesuai dengan karakteristik sawah, selain itu persawahan dapat dilakukan penanaman padi antara 2-3 kali dalam satu tahun.

**5.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan**

Karakteristik responden yang dianalisis berdasarkan luas lahan yang dimiliki secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 5.5 berikut:

Tabel 5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

| No | Luas Lahan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | ≤ 0.5 Ha | 9 | 20% |
| 2 | 0.6-1 Ha | 11 | 24% |
| 3 | 1.1-1.5 Ha | 12 | 27% |
| 4 | 1.6-2.0 Ha | 7 | 16% |
| 5 | > 2 Ha | 6 | 13% |
| Jumlah | | 45 | 100% |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.5 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani memiliki luas lahan antara 1.1-1.5 Ha yaitu sebesar 27% atau 12 orang dan 0.6-1 Ha 24% atau 11 orang. Selanjutnya rata-rata lahan yang dimiliki oleh petani yaitu 1.107 Ha, kepemilikan lahan terkecil 0.154 Ha dan terluas 2.141 Ha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani Desa Triwungan, Kecamatan Kotaanyar memiliki lahan yang cukup luas. Petani masih jarang yang menjual lahannya untuk usaha lain seperti industri ataupun perumahan, karena lahan yang dimiliki merupakan warisan dari orang tua, jadi sebisa mungkin untuk tetap dijaga. Selain itu, mereka masih memiliki pandangan bahwa pertanian merupakan usaha yang cocok untuk mereka.

**5.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Yang Ditanami Benih Padi Tani Makmur**

Karakteristik responden yang dianalisis berdasarkan luas lahan yang ditanami benih padi tani makmur secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 5.6 berikut:

Tabel 5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan yang ditanami Benih Padi Tani Makmur

| No | Luas Lahan yang ditanami benih padi Tani Makmur | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | ≤ 0.5 Ha | 9 | 20% |
| 2 | 0.6-1 Ha | 14 | 31% |
| 3 | 1.1-1.5 Ha | 15 | 33% |
| 4 | 1.6-2.0 Ha | 6 | 13% |
| 5 | > 2 Ha | 1 | 2% |
| Jumlah | | 45 | 100% |
| Rata-rata | | 0.986 | |
| Terkecil | | 0.154 | |
| Terluas | | 2.017 | |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.6 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani yang menanami benih padi makmur memiliki luas lahan antara 1.1-1.5 Ha yaitu sebesar 33% atau 15 orang dan 0.6-1 Ha 31% atau 14 orang. Selanjutnya rata-rata lahan yang ditanami benih padi tani makmur oleh petani yaitu 0.986 Ha, kepemilikan lahan terkecil 0.154 Ha dan terluas 2.017Ha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani Desa Kotaanyar, Kecamatan Kotaanyar memilih benih padi makmur sebagai benih

untuk ditanami padi. Hal tersebut tidak terlepas dari hasil wawancara bahwa sebagian besar petani memilih benih tersebut sebagai benih utama.

**5.1.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Padi**

Karakteristik responden yang dianalisis berdasarkan lama usaha padi secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 5.7 berikut:

Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Padi

| No | Lama Usaha Padi | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | ≤10 Th | 5 | 11% |
| 2 | 11-20 Th | 10 | 22% |
| 3 | 21-30 Th | 18 | 40% |
| 4 | 31-40 Th | 8 | 18% |
| 5 | >40 Th | 4 | 9% |
| Jumlah | | 45 | 100% |
| Rata-rata | | 24.9 Th | |
| Terbaru | | 2 Th | |
| Terlama | | 48 Th | |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.7 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani memiliki lama usaha menanam padi berkisar antara 21-30 tahun yaitu sebesar 40% atau 18 orang. Selanjutnya rata-rata lama usaha padi yaitu 24,9 tahun, dengan lama usaha terlama adalah 48 tahun dan lama usaha terbaru yaitu 2 tahun. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani Desa Triwungan, Kecamatan Kotaanyar memilih telah sejak lama memulai usaha padi, hal tersebut tidak terlepas dari warisan yang berlangsung turun-temurun.

**5.1.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menanam Padi Dalam 1 Tahun**

Karakteristik responden yang dianalisis berdasarkan Jumlah Menanam Padi Dalam 1 Tahun dapat dilihat pada Tabel 5.8 berikut:

Tabel 5.8 Karakteristik Responden Jumlah Menanam Padi Dalam 1 Tahun

| No | Menanam Padi Dalam 1 tahun | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| 1 | 1 Kali | 12 | 27% |
| 2 | 2 Kali | 33 | 73% |
| | Jumlah | 45 | 100% |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 5.8 dari 45 responden dapat disimpulkan sebagian besar petani yaitu 73% atau 33 orang menanam padi sebanyak 2 kali dalam setahun, sedangkan sisanya 27% atau 12 orang menanam padi sebanyak 1 kali. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani menanam padi sebanyak dua kali, hal tersebut tidak terlepas dari jenis tanaman yang di tanam oleh petani dan karakteristik lahan dimana persawahan yang memiliki banyak air dapat ditanami sebanyak dua kali sedangkan ladang hanya bisa ditanami sekali.

### 5.1.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tepat mutu, tepat jumlah, tepat waktu, tepat lokasi dan tepat harga. Pertanyaan pada masing-masing variabel terdapat pada lampiran 2.

#### 5.1.2.1 Variabel Mutu

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai mutu dari delapan pertanyaan yang diajukan yang tertinggi adalah pada pertanyaan X1.3 tentang batang besar dan kuat dengan nilai rata-rata 4.16. Batang besar dan kuat mengartikan bahwa benih yang ditanam tumbuh dengan baik lurus dan tinggi serta tahan terhadap angin. Sementara itu, nilai terendah berada pada pertanyaan X1.4 yaitu tentang tahan rebah dengan nilai rata-rata 3.98. Tahan rebah mengartikan tanaman tersebut kuat, menopang dan menyangga agar tidak rebah hingga saat waktu panen. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.9 di bawah ini:

Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Mutu

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X1.1 | 11 | 24% | 27 | 60% | 4 | 9% | 3 | 7% | 0 | 0% | 4.02 |
| 2 | X1.2 | 15 | 33% | 22 | 49% | 3 | 7% | 5 | 11% | 0 | 0% | 4.04 |
| 3 | X1.3 | 17 | 38% | 21 | 47% | 4 | 9% | 3 | 7% | 0 | 0% | 4.16 |
| 4 | X1.4 | 12 | 27% | 24 | 53% | 5 | 11% | 4 | 9% | 0 | 0% | 3.98 |
| 5 | X1.5 | 15 | 33% | 22 | 49% | 5 | 11% | 3 | 7% | 0 | 0% | 4.09 |
| 6 | X1.6 | 15 | 33% | 22 | 49% | 6 | 13% | 1 | 2% | 1 | 2% | 4.09 |
| 7 | X1.7 | 17 | 38% | 19 | 42% | 6 | 13% | 3 | 7% | 0 | 0% | 4.11 |
| 8 | X1.8 | 16 | 36% | 19 | 42% | 7 | 16% | 3 | 7% | 0 | 0% | 4.07 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 4.07 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan hasil tabel deskriptif variabel mutu didapatkan nilai tertinggi pada "batang besar dan kuat" (X1.3) dengan nilai mean 4.16. Petani memberikan skor tinggi pada pertanyaan ini, hal ini mengindikasikan bahwa tanaman tersebut memiliki batang besar dan kuat dapat tumbuh baik, tahan terhadap angin serta dapat membantu menghasilkan produksi yang petani harapkan. Sementara untuk nilai terendah pada butir pertanyaan tahan rebah (X1.4) dengan rata-rata 3.98. Hal ini perlu diperhatikan oleh produsen agar melakukan peningkatan kinerja dari ini indikator ini agar petani melihat lebih baik lagi mengenai tahan rebah.

Berdasarkan delapan butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4.07. Berdasarkan Tabel 5.9 maka diketahui bahwa dari delapan pertanyaan pada variabel mutu didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.07 dan masuk dalam rentangan 3.41-4.20 dalam kategori tinggi/ baik. Adapun kategori tersebut dijelaskan pada Tabel 5.10 berikut ini.

Tabel 5.10. Tabel Kategori Kualitas Benih

| No | Nilai Rata-Rata | Kategori |
|---|---|---|
| 1 | 4.21-5.00 | Sangat Tinggi/ Sangat Baik |
| 2 | 3.41-4.20 | Tinggi/ Baik |
| 3 | 2.61-3.40 | Cukup Tinggi/Cukup Baik |
| 4 | 1.81-2.60 | Kurang |
| 5 | 1.00-1.80 | Jelek/rendah Rendah |
| | Jumlah | |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

**5.1.2.2 Variabel Jumlah**

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai jumlah dari tiga pertanyaan yang diajukan, nilai tertinggi adalah pada pertanyaan X2.3 tentang jumlah anakan produktif>20 dengan nilai rata-rata 4.11. Maksud dari jumlah anakan produktif >20 anakan adalah dalam satu bibit yang ditanam ke lahan mencapai anakan yang produktif berjumlah lebih dari 20 anakan. Sementara itu, nilai terendah berada pada pertanyaan X2.1 yaitu tentang jumlah benih dan luas lahan dengan nilai rata-rata 4.00. Ketepatan Jumlah benih dan luas lahan mengartikan kesesuaian benih yang diberikan antara jumlah benih per kilogram dengan luas lahan per hektar yang dibudidayakan oleh petani. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.11.

Tabel 5.11. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Jumlah

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X2.1 | 13 | 13% | 22 | 22% | 7 | 7% | 3 | 3% | 0 | 0% | 4.00 |
| 2 | X2.2 | 15 | 15% | 21 | 21% | 6 | 6% | 3 | 3% | 0 | 0% | 4.07 |
| 3 | X2.3 | 14 | 14% | 24 | 24% | 5 | 5% | 2 | 2% | 0 | 0% | 4.11 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 4.06 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Berdasarkan hasil Tabel 5.11 dari ketiga pertanyaan pada variabel jumlah didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada X2.3 pertanyaan jumlah anakan produktif dengan nilai rata-rata sebesar 4.11. Hal ini mengindikasikan bahwa tanaman tersebut memiliki jumlah anakan yang sesuai dengan harapan petani serta dapat menyokong dalam memberikan hasil yang maksimal saat panen sesuai harapan petani. Sementara, untuk nilai rata-rata terendah pada X2.1 tentang ketepatan jumlah benih dan luas lahan didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.00. Meskipun nilai pada pernyataan ini rendah tetapi nilai tersebut masih berada pada kategori baik, artinya jumlah benih telah sesuai dengan luas lahan petani sehingga harapannya dapat memberikan hasil yang baik ketika masa panen telah tiba.

Untuk nilai rata-rata keseluruhan dari tiga butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.06 sehingga masuk pada ketegori tinggi karena berada pada rentangan 3.41-4.20.

**5.1.2.3 Variabel Waktu**

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai waktu dari tiga pertanyaan yang diajukan, nilai tertinggi adalah pada pertanyaan X3.2 tentang umur tanaman dengan nilai rata-rata 4.11. Maksud dari umur tanaman adalah berapa lama waktu padi dari hari setelah semai (hss) hingga dapat dipanen, pumur benih tanaman yang baik adalah terhitung rata-rata umur 108-116 hari. Sementara itu, nilai terendah berada pada pertanyaan X3.3 yaitu keserempakan pertumbuhan pada umur satu bulan dengan nilai rata-rata 3.87. Maksud keserempakan pertumbuhan pada umur satu bulan adalah keseragaman pertumbuhan benih setelah tanam satu bulan pada lahan, seperti keseragaman tinggi, ukuran dan warna daun. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.12.

Tabel 5.12. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Waktu

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X3.1 | 15 | 15% | 20 | 20% | 7 | 7% | 1 | 1% | 1 | 1% | 4.00 |
| 2 | X3.2 | 19 | 19% | 17 | 17% | 7 | 7% | 2 | 2% | 2 | 2% | 4.18 |
| 3 | X3.3 | 12 | 12% | 21 | 21% | 6 | 6% | 6 | 6% | 6 | 6% | 3.87 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 4.01 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Hasil pada variabel waktu dari tiga butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan X3.2 yaitu umur tanaman dengan nilai rata-rata sebesar 4.18. Petani memberikan nilai tertinggi pada pernyataan ini, hal ini mengindikasikan bahwa tanaman dengan benih tersebut dapat panen sesuai dengan yang petani harapkan, sehingga petani dapat segera memasarkan padi yang telah petani budidayakan. Sedangkan, untuk nilai terendah pada pertanyaan X3.3 tentang keserempakan pertumbuhan pada umur satu bulan didapatkan nilai rata-rata sebesar 3.87. Nilai tersebut tergolong pada kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa menurut petani tanaman tersebut dapat tumbuh serempak dalam jangka waktu satu bulan namun perusahaan perlu meningkatkan kinerja pada indikator ini agar meningkatkan nilai pada kategori yang sangat baik.

Untuk nilai rata-rata keseluruhan dari tiga butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.01 sehingga masuk pada ketegori tinggi karena berada pada rentangan 3.41-4.20.

**5.1.2.4 Variabel Lokasi**

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai lokasi dari dua pertanyaan yang diajukan, nilai tertinggi adalah pada pertanyaan X4.2 tentang dapat tumbuh pada lahan yang dimiliki dengan nilai rata-rata 4.00. Maksudnya adalah benih mampu tumbuh pada segala jenis lahan yang dimiliki baik irigasi maupun non irigasi. nilai terendah berada pada pertanyaan X4.1 tentang benih dapat diperoleh dengan mudah dan terhangkau nilai rata-rata 3.69. Maksudnya adalah benih mudah didapatkan petani seperti jaraknya dekat terjangkau oleh waktu yang singkat. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.13.

Tabel 5.13. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Lokasi

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X4.1 | 5 | 5% | 21 | 21% | 19 | 19% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3.69 |
| 2 | X4.2 | 10 | 10% | 26 | 26% | 8 | 8% | 1 | 1% | 1 | 1% | 4.00 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 3.84 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Hasil pada variabel lokasi dari dua butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan X4.2 tentang dapat tumbuh pada lahan yang dimiliki dengan nilai rata-rata sebesar 4.00. Petani memberikan skor yang baik, hal ini menunjukkan bahwa benih yang ditanam dapat tumbuh dengan baik pada segala jenis lahan yang dimilikinya, baik ladang maupun sawah. Sementara pertanyaan X4.1 tentang benih diperoleh dengan mudah dan terjangkau hanya mendapat nilai rata-rata sebesar 3.69. Oleh sebab itu, perusahaan diharuskan lebih jeli dalam melihat atau memprediksi kapan masa tanam dimulai dan kapan masa tanam berakhir sehingga dapat memenuhi ketersediaan benih pada masa tanam tersebut agar dapat meningkatkan nilai pada variabel lokasi. Dari kedua butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata adalah 3.84 sehingga masuk pada ketegori tinggi karena berada pada rentangan 3.41-4.20.

**5.1.2.5 Variabel Harga**

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai lokasi dari tiga pertanyaan yang diajukan, nilai tertinggi adalah pada pertanyaan X5.1 dan X5.3 tentang harga benih terjangkau dan perbandingan harga dengan nilai rata-rata 4.11. Harga benih terjangkau mengartikan benih dapat dibeli dengan harga murah atau sesuai dengan daya beli dan tidak memberatkan petani. Perbandingan harga maksudnya adalah perbandingan harga produk sejenis dengan merek lain. Sedangkan nilai terendah berada pada pertanyaan X5.2 tentang harga benih konsumsi dengan nilai rata-rata 4.04. Harga padi konsumsi berarti harga jual padi setelah paska panen, apakah ketika dijual layak atau sesuai dengan pasar, dalam arti lain apakah padi tersebut mengalami keuntungan atau kerugian. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.14.

Tabel 5.14. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Harga

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X5.1 | 16 | 16% | 21 | 21% | 21 | 21% | 3 | 3% | 0 | 0% | 4.11 |
| 2 | X5.2 | 15 | 15% | 20 | 20% | 20 | 20% | 3 | 3% | 0 | 0% | 4.04 |
| 3 | X5.3 | 19 | 19% | 16 | 16% | 16 | 16% | 4 | 4% | 0 | 0% | 4.11 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 4.09 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Hasil pada variabel harga dari ketiga butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan X5.1 dan X5.3 yaitu tentang harga benih terjangkau dan perbandingan harga dengan nilai rata-rata sebesar 4.11. Petani memberikan nilai yang baik pada kedua pertanyaan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa harga benih masih dapat dijangkau oleh petani dan harga benih lebih murah dibandingkan dengan merek lain. Sedangkan, pada pertanyaan X5.2 tentang harga padi konsumsi didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.04. Meskipun mendapat nilai terendah, akan tetapi nilai tersebut masih tergolong pada kategori baik. Menurut petani harga jual padi masih layak atau sesuai dengan harga dipasaran. Dari ketiga pertanyaan didapatkan nilai rata-rata keseluruhan adalah 4.09 sehingga masuk pada ketegori tinggi karena berada pada rentangan 3.41-4.20.

**5.1.2.6 Variabel Kepuasan**

Ketika petani diberi pertanyaan (lihat Lampiran 2) mengenai kepuasan dari tiga pertanyaan yang diajukan, nilai tertinggi adalah pada pertanyaan Y1.2 tentang harga yang sesuai dengan kualitas produk mendapat nilai rata-rata 4.29. Maksudnya adalah harga yang diberikan oleh pihak perusahaan sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai terendah berada pada pertanyaan Y1.1 tentang kualitas produk dengan nilai rata-rata 4.02. Kualitas produk ini berkaitan dengan respon petani terhadap kualitas produk yang sudah ditawarkan, apakah merasa puas atau tidak puas. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.15.

Tabel 5.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Petani

| No | Indikator | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | Y1.1 | 11 | 11% | 28 | 28% | 3 | 3% | 2 | 2% | 1 | 1% | 4.02 |
| 2 | Y1.2 | 21 | 21% | 16 | 16% | 8 | 8% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4.29 |
| 3 | Y1.3 | 17 | 17% | 20 | 20% | 8 | 8% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4.20 |
| | | | | | Rata-rata | | | | | | | 4.17 |

Sumber data : Data primer diolah (2017)

Hasil pada tabel 5.15 yaitu variabel kepuasan petani dari ketiga pertanyaan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada butir "harga sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan" (Y1.2) dengan nilai rata-rata sebesar 4.29. Petani memberikan nilai yang baik ini membuktikan bahwa harga yang diberikan sesuai dengan kinerja kualitas produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai terendah pada pertanyaan Y1.1 yaitu tentang kualitas produk didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.02. Meskipun menjadi nilai terendah, tetapi nilai tersebut tergolong pada kategori baik yang menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan petani. Dari ketiga butir pertanyaan didapatkan nilai rata-rata keseluruhan adalah 4.02 sehingga masuk pada ketgori tinggi karena berada pada rentangan 3.41-4.20.

### 5.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas

#### 5.1.3.1 Uji Validitas

Salah satu hal yang harus diperhatikan peneliti terkait dengan masalah instrumen penelitian adalah tentang validitasnya. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Instrumen penelitian diukur dengan menggunakan sampel 30 orang responden dari populasi yang sama namun tidak termasuk dalam sampel penelitian. Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi *Product Moment* dari Pearson. Suatu indikator dikatakan valid, apabila n = 30 dan α = 0,05 , maka r tabel = 0,296 dengan ketentuan :

Hasil r hitung > r tabel (0,296) = valid

Hasil r hitung < r tabel (0,296) = tidak valid

Hasil perhitungan Uji Validitas dan Reabilitas pada penelittian ini di jelaskan secara rinci pada tabel Uji Validitas dan Reabilitas.

a. Uji Validitas Mutu

Tabel 5.16 Uji Validitas Mutu

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X1.1 | 0.776 | 0.296 | Valid |
| X1.2 | 0.767 | 0.296 | Valid |
| X1.3 | 0.661 | 0.296 | Valid |
| X1.4 | 0.705 | 0.296 | Valid |
| X1.5 | 0.658 | 0.296 | Valid |
| X1.6 | 0.801 | 0.296 | Valid |
| X1.7 | 0.743 | 0.296 | Valid |
| X1.8 | 0.684 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrumen penelitian pada variabel mutu diperoleh hasil bahwa sebanyak 8 pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Jumlah

Tabel 5.17 Uji Validitas Jumlah

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X2.1 | 0.721 | 0.296 | Valid |
| X2.2 | 0.810 | 0.296 | Valid |
| X2.3 | 0.731 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel jumlah diperoleh hasil bahwa sebanyak 3 pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

c. Uji Validasi Waktu

Tabel 5.18 Uji Validitas Waktu

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X3.1 | 0.737 | 0.296 | Valid |
| X3.2 | 0.679 | 0.296 | Valid |
| X3.3 | 0.694 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel waktu diperoleh hasil bahwa sebanyak tiga pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

d. Uji Validasi Lokasi

Tabel 5.19 Uji Validitas Lokasi

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X4.1 | 0.496 | 0.296 | Valid |
| X4.2 | 0.496 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada tabel tersebut didapatkan bahwa variabel lokasi sebanyak dua pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

e. Uji Validasi Harga

Tabel 5.20 Uji Validitas Harga

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X5.1 | 0.738 | 0.296 | Valid |
| X5.2 | 0.843 | 0.296 | Valid |
| X5.3 | 0.711 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel harga diperoleh hasil bahwa sebanyak tiga pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

f. Uji Validitas Kepuasan petani

Tabel 5.21 Uji Validitas Kepuasan

| Indikator | Corrected Item-Total Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Y1.1 | 0.718 | 0.296 | Valid |
| Y1.2 | 0.689 | 0.296 | Valid |
| Y1.3 | 0.679 | 0.296 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan output hasil pada Tabel 5.21 uji validitas instrument penelitian pada variabel kepuasan petani diperoleh hasil bahwa sebanyak 3 pertanyaan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh butir pada variable kepuasan dinyatakan valid.

**5.1.3.2 Uji Reabilitas**

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dapat digunakan lebih dari 1 kali dalam waktu yang berbeda, namun tetap menunjukkan hasil yang relatif konsisten. Dari pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa pengujian reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah kuisioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut reliabel sehingga dapat mengukur faktornya.

Selanjutnya koefisien reabilitas yang diperoleh dibandingkan dengan alpha minimal 0,60 Jika koefisien reliabilitas ≥ alpha (0,06) maka soal yang ditanyakan reliabel dan koefisien reliabilitas ≤ alpha (0,06) maka soal yang ditanyakan tidak reliabel. Untuk mencari reliabilitas instrumen, maka data hasil uji coba dianalisis dengan bantuan *software* program SPSS 16.00 *for windows*. Dari pendapat tersebut maka pada penelitian ini dasar pengambilan keputusan apakah suatu butir reliabel atau tidak adalah alpha (α) ≥ 0,60.

Tabel 5.22 Uji Reabilitas

| Variabel | Nilai alpha | Keterangan |
|---|---|---|
| Mutu | 0.916 | Reliabel |
| Jumlah | 0.869 | Reliabel |
| Waktu | 0.835 | Reliabel |
| Lokasi | 0.663 | Reliabel |
| Harga | 0.874 | Reliabel |
| Kepuasan petani | 0.831 | Reliabel |

Sumber: Data primer diolah (2017)

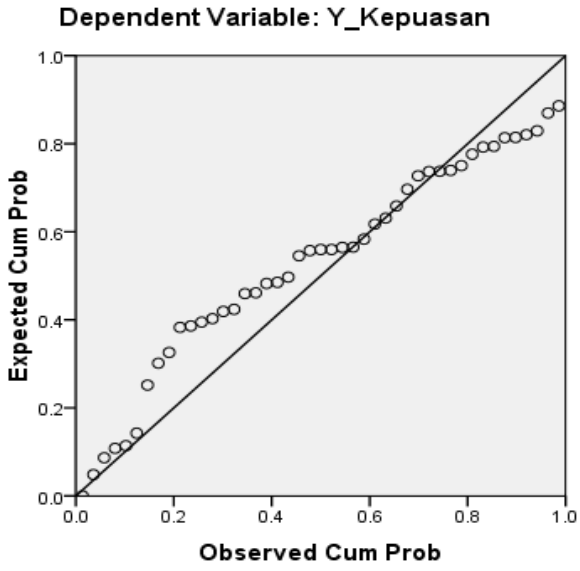
Dari data Tabel 5.22 dapat disimpulkan bahwa instrumen seluruh butir pada variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai alpha Cronbach diatas 0,60. Dimana untuk variabel mutu, jumlah, waktu, lokasi, harga, kepuasan petani mimiliki nilai reabilitas yang baik karena skor di atas 0,60.

### 5.1.4 Uji Asumsi Klasik

#### 5.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model penelitian variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan pengujian grafik normal PPlot dan *One-Sample Kolmogorov Smirnov test* yang terdapat dalam program SPSS 16.0 *for Windows*. Data dikatakan terdistribusi dengan normal apabila residual terdistribusi dengan normal yaitu memiliki tingkat signifikansi di atas 5%.

Pengujian Normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual yang diperoleh dari model mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian menunjukkan residual berdistribusi normal apabila titik-titik yang terlihat pada gambar hasil uji SPSS berada di sekitar garis diagonal. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :




Gambar 5.1. Uji Normalitas

Gambar 1 terlihat titik-titik berada di sekitar garis diagonal. Titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal menunjukkan residual berdistribusi normal sehingga dapat disimpulkan bahwa residual antara variabel Mutu, Jumlah, Waktu, Lokasi, dan Harga terhadap kepuasan petani berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov seperti Tabel 5.23.

Tabel 5.23 Hasil Pengujian Normalitas

| Variabel | Kolmogorov-Smirnov Z | Asymp. Sig. (2-tailed) | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Mutu | 1.16 | 0.136 | Normal |
| Jumlah | 0.976 | 0.297 | Normal |
| Waktu | 0.827 | 0.501 | Normal |
| Lokasi | 1.267 | 0.081 | Normal |
| Harga | 1.047 | 0.223 | Normal |
| Kepuasan petani | 1.041 | 0.228 | Normal |

Sumber: Data diolah (2017)

Dari Tabel 5.23 besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel Mutu adalah 1.16 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel mutu berdistribusi normal.

Besar nilai Kolmogrorov-Smirnov Z pada variabel Jumlah adalah 0.976 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel jumlah berdistribusi normal.

Besar nilai Kolmogrorov-Smirnov Z pada variabel Waktu adalah 0.827 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel waktu berdistribusi normal.

Besar nilai Kolmogrorov-Smirnov Z pada variabel Lokasi adalah 1.267 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel lokasi berdistribusi normal.

Besar nilai Kolmogrorov-Smirnov Z pada variabel Harga adalah 1.047 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel harga berdistribusi normal.

Besar nilai Kolmogrorov-Smirnov Z pada variabel kepuasan petani adalah 1.041 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal, atau dapat dikatakan seluruh residual pada variabel kepuasan berdistribusi normal.

**5.1.4.2 Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas untuk melihat kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian asumsi Multikolinieritas menunjukkan di dalam model tidak terjadi Multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari matriks korelasi antara variabel bebas pada Tabel 25

Tabel 5.24 Hasil Pengujian Multikolinieritas

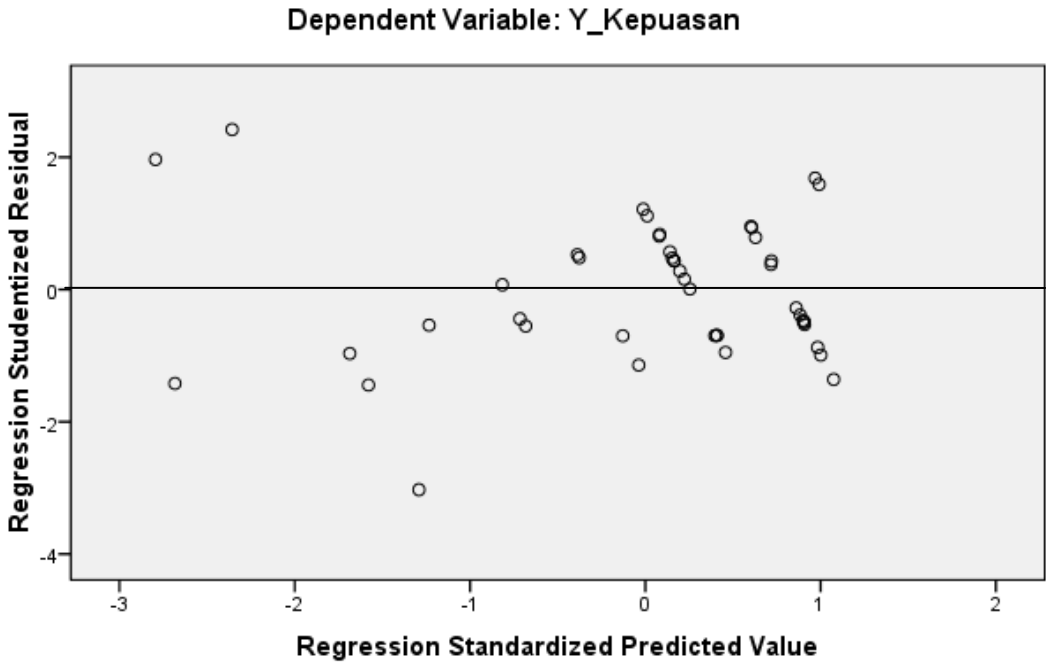
| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Mutu | 0.195 | 9.655 | Non multikolinieritas |
| Jumlah | 0.123 | 8.576 | Non multikolinieritas |
| Waktu | 0.161 | 8.129 | Non multikolinieritas |
| Lokasi | 0.912 | 1.567 | Non multikolinieritas |
| Harga | 0.198 | 4.668 | Non multikolinieritas |

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Pengujian multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat VIF dan nilai *tolerance* yang diperoleh. Jika nilai nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Dari hasil pengujian diketahui bahwa seluruh nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

**5.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas.Uji heterokesdaksitas dalam penelitian ini diuji dengan *scaterplots*. Data tidak mengalami heteroskedastisitas apabila dalam gambar *scater plot* titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur. Uji Heteroskedastisitas terhadap kepuasan petani dapat dilihat pada gambar 2 :




Gambar 5.2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas variabel Mutu, Jumlah, Waktu, Lokasi, dan Harga terhadap kepuasan petani menunjukan bahwa titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka nol. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur, hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 5.1.5 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas Mutu (X1), Jumlah (X2), Waktu (X3), Lokasi (X4), dan Harga (X5) serta variabel terikat (Y) berupa kepuasan petani, maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, penulis menggunakan bantuan program *software SPSS* versi 20.00, nilai *coefficient* di sajikan pada tabel 26.

Tabel 5.25 Pengujian Regresi Berganda

| | Unstandardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 0.866 | 0.199 | |
| Mutu | 0.366 | 0.098 | 0.413 |
| Jumlah | 0.211 | 0.087 | 0.245 |
| Waktu | 0.136 | 0.079 | 0.231 |
| Lokasi | -0.051 | 0.039 | -0.055 |
| Harga | 0.117 | 0.113 | 0.123 |

Berdasarkan data pada Tabel 5.25 tersebut dapat digambarkan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X1 + b_2X2 + b_2X2 + b_3X3 + b_4X4 + e$$

$$Y' = 0.866 + 0.366X1 + 0.211X2 + 0.136X3 - 0.051X4 + 0.117X5 + 0.199$$

Keterangan:

Y' = Kepuasan petani

a = konstanta

$b_1$ = koefisien regresi

X1 = Mutu

X2 = Jumlah

X3 = Waktu

X4 = Lokasi

X5 = Harga

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0.866 artinya jika Mutu (X1), Jumlah (X2) dan Waktu (X3), Lokasi (X4) dan Harga (X5) adalah 0, maka kepuasan petani (Y') nilainya adalah 0.866
2. Koefisien regresi variabel Mutu (X1) sebesar 0.366 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel mutu mengalami peningkatan sebesar satuan nilai, maka kepuasan petani (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.366 secara rata-rata. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Mutu terhadap kepuasan petani.
3. Koefisien regresi variabel Jumlah (X2) sebesar 0.211 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel jumlah mengalami peningkatan sebesar satuan nilai, maka kepuasan petani (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.211. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif terhadap kepuasan petani.
4. Koefisien regresi variabel Waktu (X3) sebesar 0.136 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel waktu mengalamai peningkatan sebesar satuan nilai, maka kepuasan petani (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.136. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif terhadap kepuasan petani.

5. Koefisien regresi variabel lokasi (X4) sebesar -0.051 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan setiap variabel lokasi mengalamai peningkatan sebesar satuan nilai, maka kepuasan petani (Y') akan mengalami penurunan sebesar -0.051. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif terhadap kepuasan petani. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara lokasi terhadap kepuasan petani atau tidak berpengaruh terhadap kepuasan petani.
6. Koefisien regresi variabel Harga (X3) sebesar 0.117; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel harga mengalami kenaikan sebesar saruan nilai, maka kepuasan petani (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.117. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif terhadap kepuasan petani. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Harga terhadap kepuasan petani.
7. Nilai Standart error untuk meminimalisisr kesalahan yang terjadi sehingga nilai e disini adalah 0.199.
8. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa variabel mutu memberikan pengaruh paling besar dibandingkan dengan faktor lainnya.

### 5.1.6 Uji T

Uji T pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial yang berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen, derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Menurut kriteria pengujian:

1. H0 ditolak apabila t hitung > t tabel (2.021)
2. Ha diterima apabila t hitung < tabel (2.021)

Berdasarkan hasil uji SPSS 17 maka hasil dari uji T terdapat pada Tabel 27 sebagai berikut.

Tabel 5.26 Uji T

| Variabel | t-hitung | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Mutu | 3.872 | 0.000 | Signifikan |
| Jumlah | 2.423 | 0.020 | Signifikan |
| Waktu | 2.321 | 0.011 | Signifikan |
| Lokasi | -0.891 | 0.496 | Tidak Signifikan |
| Harga | 1.114 | 0.211 | Tidak Signifikan |

Sumber: Data diolah penulis (2017)

Uji statistik t-test (parsial) menunjukan pengaruh Mutu, Jumlah, Waktu, lokasi dan harga terhadap kepuasan petani (Y) adalah berpengaruh secara parsial. Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dideskripsikan sebagai berikut, yaitu:

Variabel Mutu ($X_1$) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.000 pada tabel *Coefficients*[a] dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.000<0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3.872>t tabel (2.021). Artinya Mutu berpengaruh psotitif dan signifikan terhadap kepuasan petani.

a. Variabel Jumlah ($X_2$) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.020 pada tabel Coefficients[a] dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.020<0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.423>t tabel (2.021). Artinya Jumlah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani.
b. Variabel Waktu ($X_3$) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.011 pada tabel Coefficients[a] dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.011<0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.321>t tabel (2.011). Artinya Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani.
c. Variabel lokasi ($X_4$) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.211 pada tabel Coefficients[a] dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.211>0.05 atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar -0.891<t tabel (2.021). Artinya lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani.
d. Variabel harga ($X_5$) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.496 pada tabel Coefficients[a] dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.496>0.05 atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan nilai t-hitung

sebesar 1.114<t tabel (2.021). Artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani.

### 5.1.7 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apabila semua variabel independen atau bebas yang dimaksukan dalam model mempunyai ketepatan model terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2005). Dimana pada uji F terdapat kriteria uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.
2) Jika nilai probabilitas> 0,05 maka $H_0$diterima dan Ha ditolak

Tabel 5.27 Hasil Uji F

| F-hitung | Sig. | F tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 111810.613 | .000[a] | 2.14 | Signifikan |

Sumber: Data diolah penulis (2017)

Berdasarkan Tabel 5.27 didapatkan hasil bahwa nilai Uji F didapatkan nilai statistik f hitung 111810.613 dan nilai signifikasi 0.000 dimana hasil ini lebih besar dari F tabel (2,14) pada n sebesar 45 sehingga Ho ditolak yang mana dapat disimpulkan bahwa pr secara simultan bawah variabel Mutu, Jumlah, waktu, lokasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani.

### 5.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi pada regresi linier sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelasakan varians dan variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan menguadratkan koefisien korelasi (R) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (R2 = 0), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila R2 = 1, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangankan oleh variabel X. Hasil uji determinasi R2 terdapat pada Tabel 29.

Tabel 5.28 Koefisian Determinasi $R^2$

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| 0.978a | 0.957 | 0.952 | 0.14014 |

Sumber: Data diolah tahun 2017

Berdasarkan Tabel 5.28 di atas diperoleh angka $R^2$ (R Square) sebesar 0.957 atau (95,7%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari variabel mutu, jumlah, waktu, lokasi, dan harga terhadap variabel dependen kepuasan petani sebesar 95,7%. Atau variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 95,7% variabel dependen (kepuasan petani). Sedangkan sisanya sebesar 4,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

### 5.2.1 Pembahasan Gambaran Umum Petani

#### 5.2.1.1. Karakteristik Petani Berdasarkan Jenis Kelamin

Mayoritas petani pada penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 31 petani dan perempuan sebanyak 14 orang. Banyaknya laki-laki pada penelitian ini karena mempertimbangkan pekerjaan sebagai petani akan membutuhkan fisik yang lebih kuat. Sedangkan perempuan yang ada di dalam penelitian ini adalah mereka yang mengambil alih pekerjaan seorang kepala keluarga untuk menghidupi keluarganya karena suami meninggal dunia dan ada beberapa suaminya pergi bekerja merantau ke luar daerah, hal tersebut memotivasi perempuan di penelitian ini untuk tetap bekerja. Hal ini sejalan dengan pendapat Artini dan handayani (2009) yang menyatakan bahwa perempuan termotivasi untuk bekerja adalah untuk membantu menghidupi keluarganya.

#### 5.2.1.2. Karakteristik Petani Berdasarkan Umur

Pada penelitian ini sebagian besar petani berumur sekitar 46-55 tahun. Pada usia tersebut petani berusia matang dan berusia tua. Meskipun umur mereka sudah memasuki umur matang dan tua, akan tetapi tingkat keaktifan mereka dalam melakukan usahatani masih sangat cukup kuat. Sumarsono (2003) menyatakan bahwa tenaga kerja berkemampuan bertindak aktif, mampu mempengaruhi dan melakukan manajemen terhadap faktor produksi lainnya yang

terlibat dalam proses produksi. Hasil wawancara menyatakan bahwa sebelum melakukan usahatani secara mandiri, petani yang berusia matang adalah mereka yang meneruskan usaha orang tua, mengikuti kegiatan bertani orangtua setiap hari yang akhirnya petani memiliki pengelaman dan pengetahuan mengenai pertanian, sehingga petani tersebut.

**5.2.1.3. Karakteristik Petani Berdasarkan Pendidikan**

Sebagian besar petani pada penelitian ini pendidikan terakhirnya adalah SMA. Melihat mayoritas usia petani yang cukup matang dan tua, pendidikan di daerah penelitian ini belum terlalu diperhatikan dan akses untuk sekolah SMA pun harus menempuh perjalanan jauh. Pada masa tersebut jenjang pendidikan SMA sudah termasuk jenjang pendidikan yang cukup tinggi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Simanjuntak (1985) menjelaskan semakin tinggi pendidikan akan menjadikan waktu yang dimiliki menjadi mahal, dan keinginan untuk bekerja semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah tingkat pendidikan, akses pekerjaan pun sangat terbatas. Terbatasnya akses pendidikan pada daerah ini menyebabkan petani lebih memilih mengikuti orang tua bekerja pada kegiatan pertanian.

**5.2.1.4. Karakteristik Petani Berdasarkan Jenis Lahan**

Luas lahan petani Desa Triwungan, Kecamatan Kotaanyar memiliki luas lahan yang cukup luas yaitu 1.107 ha. Berdasarkan hasil wawancara, petani menyatakan bahwa lahan yang dimiliki adalah lahan warisan dari orang tua, jadi sebisa mungkin untuk tetap dijaga. Selain itu, petani masih memandang bahwa usaha pertanian adalah usaha yang cocok buat mereka.

**5.2.2 Pengaruh Masing-Masing Variabel terhadap Kepuasan petani**

**5.2.2.1. Pengaruh Mutu terhadap Kepuasan Petani**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan mutu terhadap kepuasan petani, hal tersebut membuktikan bahwa mutu memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepuasan petani. Semakin tinggi tingkat tingkat mutu dari benih padi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan petani. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Isaskar dan Rini (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan mutu terhadap kepuasan petani terhadap benih. Benih bermutu varietas unggul merupakan salah satu komponen

utama dalam peningkatan produksi padi. Benih bermutu tentulah mempunyai kelebihan dibandingkan benih asalan. Keterangan mutu dicantumkan pada label yang tertera pada kemasan benih.

Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui bahwa mutu yang tinggi khususnya pada indikator, menghasilkan batang besar dan kuat, ketahanan OPT, tingkat rendemen gabah jadi beras 60-70%, dan menghasilkan warna beras putih berkapur membuat petani puas terhadap benih tersebut. Keadaan dilapang menunjukkan bahwa, mutu yang tertera pada label sesuai dengan ekspektasi petani, hal ini dibuktikan dengan keadaan tamanan yang dapat diamati dan dirasakan melalui panca indra petani seperti tahan terhadap OPT, memiliki batang besar dan kuat, warna beras serta menghasilkan rendemen gabah yang sesuai . Hal tersebut sesuai dengan pendapat Peter dan Olson (2014) mengenai keteramatan yang meyatakan bahwa sejauh mana produk dapat dirasakan oleh pancaindra konsumen. Produk baru dan dikenal oleh semua orang dan sering dibicarakan kemungkinannya untuk cepat dipakai. Mutu yang signifikan mengindikasikan bahwa mutu memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepuasan petani, artinya kinerja mutu yang diberikan oleh produk benih Tani Makmur telah memenuhi harapan atau ekspektasi petani. Mowen dan Minor (2002) menyatakan bahwa tingkat kinerja yang diharapkan dari suatu produk dipengaruhi oleh kinerja oleh produk itu sendiri.

**5.2.2.2. Pengaruh Jumlah terhadap Kepuasan Petani**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel jumlah terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani, hal tersebut membuktikan bahwa jumlah memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepuasan petani. Semakin tinggi nilai jumlah yang dihasilkan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan petani. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Patimah dkk (2016), Suwandi dan Kartasih (2014) yang menjelaskan variabel jumlah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani. Jumlah benih yang memiliki kesesuaian, mempu menghasilkan jumlah tanaman dan jumlah hasil produksi yang maksimal merupakan salah satu prioritas petani dalam mempertimbangkan memilih benih (Suwandi dan Kartasih, 2014).

Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui bahwa petani memiliki perspektif yang cukup bagus terkait dengan ketepatan jumlah benih dalam satuan hektar, jumlah gabah dan jumlah anakan produktif yang dihasilkan oleh benih. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan benih yang tepat pada satuan hektar, memiliki anakan produktif serta jumlah gabah tinggi berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan petani untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi dimasa mendatang yaitu masa panen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Peter dan Olson (2014) yang menyatakan bahwa tidak disangsikan bahwa keuntungan relatif merupakan ciri khas produk yang paling penting, bukan hanya untuk pemakaian satu kali atau hanya sebagai uji coba tetapi mendorong untuk melakukan pembelian berlanjut.

**5.2.2.3. Pengaruh Waktu terhadap Kepuasan Petani**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel waktu terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani, hal tersebut membuktikan bahwa variabel waktu memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepuasan petani. Semakin tinggi tingkat variabel waktu maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan petani. Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui bahwa dengan adanya keserempakan pertumbuhan pada umur 1 bulan, umur tanaman yang semakin cepat dan tinggi tanaman yang sesuai dengan usia memberikan kontribusi terbentuknya kepuasan petani. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Patimah dkk (2016) dan Suwandi dan Kartasih (2014) yang menjelaskan variabel waktu atau kecepatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan petani. Selanjutnya Patimah dkk (2016) juga menjelaskan bahwa benih yang memiliki jangka waktu panen yang cepat dan memiliki pertumbuhan yang sesuai dengan informasi yang tertera menjadi salah satu pemicu terbentuknya kepuasan petani. Bagi petani semakin cepat masa panen maka biaya produksi yang harus dikeluarkan juga semakin kecil dan lahan dapat dimanfaatkan untuk ditanami lagi dengan segera.

Keadaan dilapang menunjukkan bahwa, petani melihat kinerja langsung di lapang atas produk, keserentakan pertumbuhan pada tanaman memicu persepsi petani bahwa petani merasakan manfaat yang cepat dalam proses budidaya.Umur panen yang semakin cepat, membuat petani akan menimalisir biaya produksi serta

petani akan segera menjual hasil produksinya dan ini menandakan petani akan cepat mendapatkan keuntunngan dalam hal ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Peter dan Olson (2016) yang menyatakan bahwa kecepatan merujuk kepada seberapa cepatkah konsumen merasakan manfaat produknya, banyak konsumen yang berorientasi kepuasan langsung daripada tertunda, produk yang mampu memberikan manfaat lebih cepat nanti lebih besar untuk setidaknya di coba oleh konsumen.

**5.2.2.4. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Petani**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak signifikan terhadap kepuasan petani, hal tersebut membuktikan bahwa variabel lokasi tidak memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepuasan petani. Berdasarkan keadaan dilapang, walaupun ketersediaan benih dapat dengan mudah mendapatkan yaitu melalui kios-kios pertanian di setiap desa, akan tetapi hasil penelitian menunjukkan variabel lokasi tidak signifikan, hal itu karena mayoritas petani lebih mengggemari merek lain yang juga tersedia pada toko pertanian terdekat, petani dengan mudahnya lebih memilih benih dengan merek lain yang memang sudah terlebih dahulu beredar di pasaran, hal tersebut sesuai dengan pendapat Mowen dan Minor (2002) bahwasannya merek-merek baru seringkali mengalami masa sulit untuk meraih pangsa pasar karena konsumen memiliki pengaruh positif yang demikian banyak terhadap merek yang sudah lama, sehingga konsumen cenderung untuk memilih merek yang sudah lama dikenal.

**5.2.2.5. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan petani**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani yang berarti variabel harga tidak memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepuasan petani. Kejadian ini sama dengan penelitian Rusyadi (2014) yang menjelaskan bahwa harga tidak memberikan kontribusi yang signifikan. Berdasarkan kenyataan di lapang diketahui bahwa jika masa tanam tiba berapapun harga benih tidak terlalu diperhitungkan, karena pada situasi tersebut petani dalam keadaan membutuhkan benih sebagai komponen utama dalam budidayanya. Hal ini sependapat dengan Mowen dan Minor (2012) yang menyatakan bahwa kadang-kadang suatu produk hanya terpaku dalam situasi tertentu, konsumen bisa datang untuk memakainya pada

waktu tertentu atau secara teratur memakainya dan menganggap tidak tepat pada situasi yang lain. Pada penelitian ini, kenyataan dilapang membuktikan bahwa pada saat masa tanam tiba, berapapun harga yang di tawarkan jika petani membutuhkan benih sebagai bahan utama dalam budidaya maka petani akan melakukan pembelian terhadap produk yang dibutuhkan yaitu benih padi.

# VI. KESIMPULAN DAN SARAN

## 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut, yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi kepuasan petani secara parsial adalah variabel mutu, jumlah dan waktu. Penjelasan mengenai pengaruh masing masing variabel dapat dilihat sebagai berikut :
   a. Mutu, jumlah dan waktu memberikan hasil yang signifikan, artinya mutu, jumlah dan waktu mempengaruhi terbentuknya kepuasan petani.
   b. Sedangkan lokasi dan harga tidak signifikan, artinya lokasi dan harga tidak memberikan pengaruh terhadap terbentuknya kepuasan petani.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan petani.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan maka dapat sebagai berikut, yaitu:

1. Mutu, jumlah dan waktu memberikan pengaruh terhadap kepuasan petani. Hal tersebut bisa menjadi pijakan petani untuk mempertahankan atribut bahkan meningkatkan atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan petani.
2. Lokasi dan harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan, dapat diketahui bahwa kedua variabel tersebut tidak memberikan kontribusi terhadap terbentuknya kepuasan petani. Berdasarkan keadaan dilapang, pengaruh kesadaran merek dapat mempengaruhi pilihan konsumen terhadap suatu produk. Artinya, Ppnting bagi perusahaan melakukan edukasi melalui penyuluhan atau melakukan kerjasama menggunakan benih Tani Makmur dengan petani sebagai bentuk rangsangan terhadap produk agar petani mengetahui manfaat langsung dari produk.

## DAFTAR PUSTAKA


Ansofino., Jolianis, Yolamalinda dan Arfilindo, Hagi. 2016. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.

Anshori, Yusak dan Langner, Viviane. 2007. The Importance of Customer Satisfaction and Supreme Service Provision in The Hotel Industry: A Case Study of Surabaya Plaza Hotel. Jurnal Manajemen Perhotelan Vol. 3, No. 1, p.18-25.

Artini, Ni Wayan Putu dan Handayani (2009). Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pembuat makanan Olahan terhadap Pendapatan Keluarga. *Piramida* 5.1:9-15

Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Food and Agricultural Organization. 2011. *Ricebased production systems for food security and poverty alleviation in Indonesia*.Risk Reduction/Mitigation.

Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert.2006. *Bisnis, Edisi Kedelapan*. Alih Bahasa Sita Wardhani. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Hair, J. F., Anderson, R.. E., Tatham, R. L. & Black, W. C, 1995, "Multivariate data Analysis", Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Hasibuan, Abdul Muis., Listyati, Dewi., dan Sudjarmoko, Bedy. (2013). Analisis Persepsi Sikap Petani terhadap Atribut Beni Kopi di Provinsi Lampung. *Jurnal Buletin Ristri Vol.4 No.3*

Hays,W.L. 1976. *Quantifcation in Psychology*. Prentice Hall. New Delhi.

Irawan, H. 2004. Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo

Isaskar, Riyanti dan Astuti, Rini Dwi.2016. *Kepuasan Petani Padi Terhadap Benih Padi Bersubsidi di Kecamatan Singosari, Kab. Malang. Dalam* kumpulan Makalah Seminar Nasional Pembangunan Pertanian.

Keegan, Warren J,. 2007. *Manajemen Pemasaran Global.* Edisi Keenam. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia

Kismono, Gugup. 2011. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : BPFE

Kotler, Philip. 2002. *Manajeman Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta. Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Ed. 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Alih Bahasa: Bob Sabran. Ed. 13 Jilid 2. Jakarta. Erlangga

Majalah Service Excellent Edisi 02/ II. 2012. Perusahaan-Perusahaan yang Berhasil Membangun Service Excellent.

Maria, Monica dan Anshori, Mohammad Yusak. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori dan terapan Vol 6, No 1*.

Mujiharjo, Bagyo. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol V, No.02*

Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Dwi Kaartini Yahya. Jilid 2. Bandung. Erlangga

Nasution S. 2001. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.

Nurmalina, R. 2007. *Model Ketersediaan Beras yang Berkelanjutan untuk Mendukung Ketahanan Pangan Nasional* [disertasi]. Bogor: Program Studi Ilmu Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.

Oksana, Mont dan Andrius, Plepys. 2005. Customer Satisfaction: Review Ofliterature And Application To Theproduct-Service Systems. *Final Report To The Society For Non-Traditional Technology*, Japan

Patimah, Siti. Basuki Sigit Purnomo dan Rasyid, Witman. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis di Balai Induk Padi dan palawija di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. *Jurnal Agrisep Vol.15 No. 2 September 2016*.

Pitojo, Setijo. 2008. *Seri Penangkaran Benih Kentang*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Rangkuty, Fredy. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustka.

Rusyadi, Y. 2014. Analisis Sikap Dan Kepuasan Petani Terhadap Atribut Benih Padi Hibrida Maro Di Kabupaten Subang Jawa Barat. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor Bogor. repository.ipb.ac.id

Sartika, Euis. 2010. *Pengolahan Data Berskala Ordinal*. Digilibpolban.ac.id. Staf pengajar UP MKU Poltek Negeri Bandung. Bandung.

Situngkir, Sihol. Lubis Pulina dan Erida. 2007. Peranan Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Kasus: Pedagang Sayur di Kota Madya Jambi). "*Jurnal Manajemen dan Pembangunan*", Ed. 7, Juli 2007.

Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Cetakan kedua. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.

Simanjutak, Payaman J. 1998. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia.* Jakarta:Lembaga Penerbit Universitas Indonesia.

Sudrajad, Ahmad Bagus dan Andriani, Dwi Retno. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram di Perushaan Ailannifood Kota Malang Jawa Timur. *Jurnal Habitat Vol. 26 No.2, Hal. 71-79 Agustus 2016.*

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sutopo, Lita. 1993. *Teknologi Benih.* Jakarta. Rajawali Pers.

Stevenson, Willian J. 2005. *Operations Manajement 8$^{th}$*. Ed.McGraw-Hill

Sukoco, Agus. 2009. Analisa Harapan dan Persepsi Pelanggan atas Service Quality di PT.PLN (Persero) APJ Surabaya Utara. *Jurnal Ekonomi ISSN 1412-0879 Vol 9, No 2.*

Sumarsono, Sonny. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia & Ketenagakerjaan*. Jakarta: Graha Ilmu.

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Buku Seru.

Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia Publishing

Suwandi, Agung W dan A, Kartasih . 2014. Sikap Petani terhadao Atribut benih dan Varietas Kentang. *Jurnal Hortikultura Vol 24 No 1*

Taroreh, Oktavianus dkk (2015) *Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi pada Asuransi Jasindo Manado.* Jurnal EMBA Vol 3 No 3 ISSN 2303 -11.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Ke II Cetakan III. Andi offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa.* Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Andi Offset. Yogyakarta.

Wicaksana, Bayu Eka., Abdul Wahib Muhaimin., Djoko Koestiono. 2013. Analisis Sikap dan Kepuasan Petani dalam Menggunakan Benih Kentang Bersertifikaat. *Jurnal Habitat Volume XXIV No.*.

Wirawan, B dan S. Wahyuni. 2002. *Memproduksi Benih Bersertifikat*. Penebar Swadaya, Jakarta.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

**Lampiran 1. Perhitungan**

**1. Validitas Instrumen**

a. Validitas Mutu

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 28.8000 | 17.614 | .776 | .764 | .901 |
| VAR00002 | 28.6333 | 17.689 | .767 | .706 | .902 |
| VAR00003 | 28.5333 | 18.671 | .661 | .542 | .910 |
| VAR00004 | 28.7667 | 18.185 | .705 | .641 | .907 |
| VAR00005 | 28.6000 | 18.524 | .658 | .683 | .911 |
| VAR00006 | 28.8000 | 16.579 | .801 | .757 | .899 |
| VAR00007 | 28.8667 | 18.120 | .743 | .613 | .904 |
| VAR00008 | 28.8333 | 18.282 | .684 | .558 | .909 |

b. Validitas jumlah

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 8.1000 | 1.610 | .721 | .540 | .851 |
| VAR00002 | 8.2000 | 1.752 | .810 | .659 | .766 |
| VAR00003 | 8.1667 | 1.799 | .731 | .566 | .833 |

c. Validitas waktu

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 8.2667 | 1.789 | .737 | .544 | .740 |
| VAR00002 | 8.0667 | 2.271 | .679 | .463 | .789 |
| VAR00003 | 8.2000 | 2.303 | .694 | .486 | .778 |

d. Validitas lokasi

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 4.0667 | .478 | .496 | .246 | .[a] |
| VAR00002 | 3.8667 | .533 | .496 | .246 | .[a] |

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

e. Validitas harga

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 8.1000 | 1.610 | .738 | .598 | .851 |
| VAR00002 | 8.2333 | 1.771 | .843 | .711 | .753 |
| VAR00003 | 8.2000 | 1.890 | .711 | .552 | .864 |

f. Validitas kepuasan

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| VAR00001 | 8.3333 | 1.885 | .718 | .516 | .746 |
| VAR00002 | 8.1333 | 2.326 | .689 | .476 | .771 |
| VAR00003 | 8.2000 | 2.303 | .679 | .462 | .778 |

**2. Reabilitas instrument**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .916 | .916 | 8 |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .869 | .873 | 3 |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .835 | .839 | 3 |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .663 | .663 | 2 |

**Reliability Statistics**

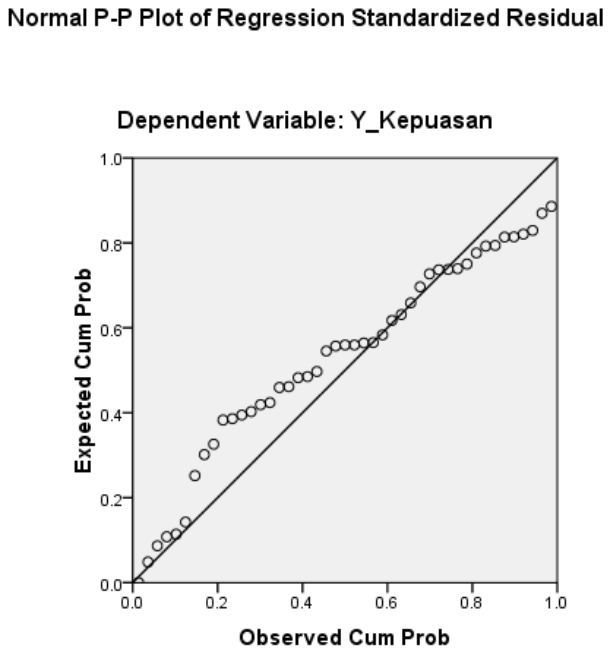
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .874 | .879 | 3 |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .831 | .834 | 3 |

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3. uji normalitas




**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | Y_Kepuasan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| N | | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 |
| Normal Parameters[a] | Mean | 2.9786 | 3.0251 | 2.9756 | 2.6929 | 2.9256 | 2.9422 |
| | Std. Deviation | .76774 | .83358 | .88112 | .76833 | .82792 | .83609 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .173 | .145 | .123 | .189 | .156 | .155 |
| | Positive | .124 | .091 | .093 | .189 | .103 | .100 |
| | Negative | -.173 | -.145 | -.123 | -.145 | -.156 | -.155 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.160 | .976 | .827 | 1.267 | 1.047 | 1.041 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .136 | .297 | .501 | .081 | .223 | .228 |

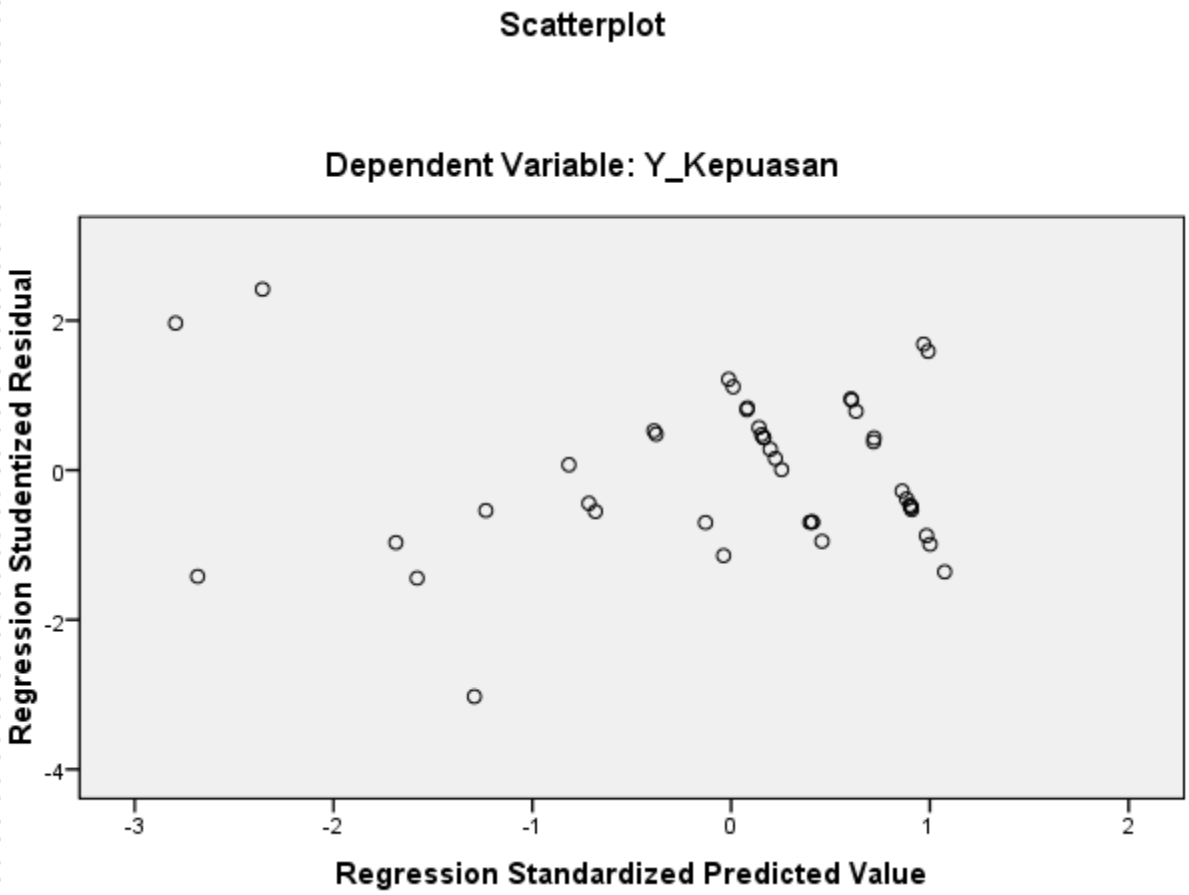
a. Test distribution is Normal.

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .866 | .199 | | 4.364 | .000 | | |
| | X1_Mutu | .366 | .098 | .413 | 3.872 | .000 | .195 | 9.655 |
| | X2_Jumlah | .211 | .087 | .245 | 2.423 | .020 | .123 | 8.576 |
| | X3_Waktu | .136 | .079 | .231 | 2.321 | .011 | .161 | 8.129 |
| | X4_Lokasi | -.051 | .039 | -.055 | -.891 | .496 | .912 | 1.567 |
| | X5_Harga | .117 | .113 | .123 | 1.114 | .211 | .198 | 4.668 |

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA




**ANOVA**[b]

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 30.756 | 5 | 6.151 | 111810.613 | .000[a] |
| | Residual | .002 | 39 | .000 | | |
| | Total | 30.758 | 44 | | | |

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

**Model Summary**[b]

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .978[a] | .957 | .952 | .14014 |

a. Predictors: (Constant), X5_Harga, X4_Lokasi, X2_Jumlah, X3_Waktu, X1_Mutu

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| X1 | 45 | 1.00 | 4.75 | 2.9786 | .76774 |
| X2 | 45 | 1.00 | 4.67 | 3.0251 | .83358 |
| X3 | 45 | 1.00 | 4.67 | 2.9756 | .88112 |
| X4 | 45 | 1.00 | 4.20 | 2.6929 | .76833 |
| X5 | 45 | 1.00 | 4.67 | 2.9256 | .82792 |
| Y_Kepuasan | 45 | 1.00 | 4.67 | 2.9422 | .83609 |
| Valid N (listwise) | 45 | | | | |

Lampiran 2. Kuisioner penelitian

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK BENIH PADI TANI MAKMUR TERHADAP KEPUASAN PETANI DESA TRIWUNGAN KECAMATAN KOTAANYAR, KABUPATEN PROBOLINGGO**

**I. Identitas Diri**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Usia :……Tahun
4. Pendidikan Terakhir :J
5. Jenis Lahan : a. Tegalan b. Sawah c. Lainnya……
6. Status Lahan : a. Milik Sendiri b.Sewa c. Lainnya……
7. Luas Lahan yang dimiliki:……ha
8. Luas Lahan yang ditanami benih padi Tani Makmur:……ha
9. Berapa lama melakukan usaha tani padi?.....Tahun
10. Berapa kali pernah menanam benih padi Tani Makmur?.....kali ……Tahun

**II. Penilaian Atribut Produk**

| X1 | Tepat Varietas | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| No | Pernyataan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| X1 | Mutu | | | | | |
| 1 | $X_{1.1}$ Kemasan benih memuat informasi yang jelas dan lengkap<br>*Apakah kemasan benih memuat informasi yang jelas dan lengkap?*<br>5= Kemasan memuat informasi yang sangat benar (terdapat informasi yang lengkap pada kemasan yaitu merek, berat isi, nama varietas, lokasi produksi dan label)<br>4= Kemasan memuat informasi yang jelas dan lengkap (informasi pada kemasan tercantum lima konten dari informasi yang seharusnya tercantum yaitu berat isi, nama varietas, lokasi produksi dan label)<br>3= Kemasan memuat informasi yang cukup jelas dan lengkap (informasi pada kemasan tercantum empat konten dari informasi yang seharusnya tercantum yaitu merek, berat isi, nama varietas, lokasi produksi dan label)<br>2= Kemasan memuat informasi yang jelas dan lengkap (informasi pada kemasan tercantum tiga konten dari informasi yang seharusnya tercantum yaitu berat isi, nama varietas, lokasi produksi dan label)<br>1= Kemasan memuat informasi yang jelas dan lengkap (informasi | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | pada kemasan tercantum dua konten dari informasi yang seharusnya tercantum yaitu berat isi, nama varietas, lokasi produksi dan label) | | | | | |
| 2 | $X_{1.2}$ Kemasan Terbuat dari bahan yang kuat<br>*Apakah kemasan kuat menampung isi benih?*<br>5= Bahan kemasan sangat kuat (bahan berkualitas seperti tidak mudah robek, jahitan rapi, tidak ada hama dalam kemasan sehingga berat isi masih 100% utuh)<br>4= Bahan kemasan kuat (bahan berkualitas seperti tidak mudah robek, jahitan rapi, sedikit ada hama dalam kemasan sehingga berat isi hanya 80-90% dari berat semula)<br>3= Bahan kemasan cukup kuat (bahan berkualitas seperti tidak mudah robek, jahitan cukup rapi, sedikit ada hama dalam kemasan sehingga berat isi hanya 70-79% dari berat semula)<br>2= Bahan kemasan tidak kuat (bahan berkualitas seperti tidak mudah robek, jahitan tidak rapi, terdapat hama dalam kemasan sehingga berat isi hanya 60-69% dari berat semula)<br>1= Bahan kemasan sangat tidak kuat (bahan berkualitas seperti mudah robek, jahitan tidak rapi, terdapat banyak hama dalam kemasan sehingga berat isi hanya < 50% dari berat semula) | | | | | |
| 3 | $X_{1.3}$ Batang besar dan kuat<br>*Bagaimana ukuran batang padi?*<br>5= Batang sangat besar dan kuat yaitu berukuran 1 cm<br>4= Batang besar dan kuat yaitu berukuran 0,80 cm<br>3= Batang cukup besar dan kuat yaitu berukuran 0,60 cm<br>2= Batang tidak besar dan kuat yaitu berukuran 0,40 cm<br>1= Batang sangat tidak besar dan kuat yaitu berukuran <0,40 cm | | | | | |
| 4 | $X_{1.4}$ Tahan rebah<br>5= Tanaman sangat tahan rebah (Tanaman 100% tidak rebah hingga saat waktu panen)<br>4= Tanaman tahan rebah (Tanaman 85% tidak rebah hingga saat waktu panen)<br>3= Tanaman cukup tahan rebah (Tanaman 70% tidak rebah hingga saat waktu panen)<br>2= Tanaman tidak tahan rebah (Tanaman 65% tidak rebah hingga saat waktu panen)<br>1= Tanaman sangat tidak tahan rebah (Tanaman <50% tidak rebah hingga saat waktu panen) | | | | | |
| 5 | $X_{1.5}$ Ketahanan OPT<br>*Apakah tanaman tahan terhadap serangan hama dan penyakit tanaman?*<br>5= Tanaman sangat tahan terhadap hama dan penyakit jika tanaman hanya <15% yang terserang<br>4= Tanaman tahan terhadap hama dan penyakit jika tanaman dengan 30% yang terserang<br>3= Tanaman cukup tahan terhadap hama dan penyakit jika tanaman dengan 45% yang terserang<br>2= Tanaman tidak tahan terhadap hama dan penyakit jika tanaman dengan 60% yang terserang | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1= Tanaman sangat tidak tahan terhadap hama dan penyakit jika tanaman >75% yang terserang | | | | | |
| 6 | $X_{1.6}$ Tingkat rendemen gabah jadi beras 60-70%<br>*Bagaimana tingkat rendemen gabah ketika sudah digiling?*<br>5= Tingkat rendemen gabah menjadi beras lebih dari 60-70%<br>4= Tingkat rendemen gabah menjadi beras 60-70%<br>3= Tingkat rendemen gabah menjadi beras kurang dari 60-70%<br>2= Tingkat rendemen gabah menjadii beras tidak sampai setengah dari GKG<br>1= Tingkat rendemen gabah menjadii beras sangat sedikit | | | | | |
| 7 | $X_{1.7}$ Patahan beras rendah 30%<br>*Bagaimana hasil beras dari penggilingan?*<br>5= Hasil beras sangat baik (patahan beras rendah <30%)<br>4= Hasil beras baik (patahan beras rendah =30%)<br>3= Hasil beras cukup baik (patahan beras rendah >30% - <50%)<br>2= Hasil beras tidak baik (patahan beras rendah mencapai =50%)<br>1= Hasil beras jika digiling sangat tidak baik (patahan beras rendah mencapai >50%) | | | | | |
| 8 | $X_{1.8}$ Warna beras putih berkapur<br>*Bagaimana warna beras setelah digiling?*<br>5= Warna beras sangat putih seperti berkapur<br>4= Warna beras putih seperti berkapur<br>3= Warna beras cukup putih<br>2= Warna beras kurang putih<br>1= Warna beras tidak putih | | | | | |
| X2 | Jumlah | | | | | |
| 9 | $X_{2.1}$ Ketepatan jumlah benih dan luas lahan<br>*Bagaimana ketepatan jumlah benih yang diberikan antara jumlah benih yang rekomendasi dengan luas lahan?*<br>5= Sangat tepat, jika jumlah benih yang diberikan 25kg dengan luas lahan 1 ha<br>4= Tepat, jika jumlah benih yang diberikan 20kg dengan luas lahan 1 ha<br>3= Cukup tepat, jika jumlah benih yang diberikan 15kg dengan luas lahan 1 ha<br>2= Tidak tepat, tepat, jika jumlah benih yang diberikan 10kg dengan luas lahan 1 ha<br>1= Sangat tidak tepat, jika jumlah benih yang diberikan 5kg dengan luas lahan 1 ha | | | | | |
| 10 | $X_{2.2}$ Jumlah Gabah<br>*Berapakah jumlah gabah yang dihasilkan per malai?*<br>5= Jumlah gabah yang dihasilkan >120 butir per malai<br>4= Jumlah gabah yang dihasilkan 120 butir per malai<br>3= Jumlah gabah yang dihasilkan <120 butir per malai<br>2= Jumlah gabah yang dihasilkan 80-120 butir per malai<br>1= Jumlah gabah yang dihasilkan <80 butir per malai | | | | | |
| 11 | $X_{2.3}$ Jumlah anakan produktif<br>*Berapa jumlah anakan satu bibit yang di tanam pada satu lubang* | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *lahan?*<br>5= Jumlah anakan produktif yang dihasilkan >20 anakan<br>4= Jumlah anakan produktif yang dihasilkan 20 anakan<br>3= Jumlah anakan produktif yang dihasilkan 15-19 anakan<br>2= Jumlah anakan produktif yang dihasilkan 10-14 anakan<br>1= Jumlah anakan produktif yang dihasilkan <10 anakan | | | | | |
| X3 | Waktu | | | | | |
| 12 | $X_{3.1}$ tinggi tanaman<br>*Bagaimana pertumbuhan tinggi tanaman saat panen?*<br>5= Tinggi tanaman sangat baik yaitu mencapai 100-120cm<br>4= Tinggi tanaman baik yaitu mencapai 80-99cm<br>3= Tinggi tanaman cukup baik yaitu mencapai 60-79cm<br>2= Tinggi tanaman tidak baik yaitu hanya 40-59cm<br>1= Tinggi tanaman sangat tidak baik yaitu < 40cm | | | | | |
| 13 | $X_{3.2}$ Umur tanaman<br>*Bagaimana umur padi dari tanam sampai panen?*<br>5= Umur tanaman dari tanam hingga waktu panen terhitung sangat cepat yaitu <108 HST<br>4= Umur tanaman dari tanam hingga waktu panen terhitung cepat yaitu 108-116 HST<br>3= Umur tanaman dari tanam hingga waktu panen terhitung cukup cepat yaitu 117-125 HST<br>2= Umur tanaman dari tanam hingga waktu panen terhitung tidak cepat yaitu 126-133 HST<br>1= Umur tanaman dari tanam hingga waktu panen terhitung sangat tidak cepat yaitu > 134 HST | | | | | |
| 14 | $X_{3.3}$ Keserempakan pertumbuhan pada umur 1 bulan<br>Bagaimana tingkat keserempakan pertumbuhan tanaman padi pada umur 1 bulan?<br>5= Pertumbuhan sangat serempak (jika keseragaman pertumbuhan tanaman seperti tinggi, ukuran, jumlah dan warna daun mencapai 100% tanaman pada umur 1 bulan)<br>4= Pertumbuhan serempak (jika 85% tanaman pada umur 1 bulan seragam dalam pertumbuhan tinggi, ukuran, jumlah dan warna daun)<br>3= Pertumbuhan cukup serempak (jika 70% tanaman pada umur 1 bulan seragam dalam pertumbuhan tinggi, ukuran, jumlah dan warna daun)<br>2= Pertumbuhan tidak serempak (jika 55% tanaman pada umur 1 bulan seragam dalam pertumbuhan tinggi, ukuran, jumlah dan warna daun)<br>1= Pertumbuhan sangat tidak serempak (jika keseragaman pertumbuhan tanaman seperti tinggi, ukuran, jumlah dan warna daun hanya <55% tanaman pada umur 1 bulan) | | | | | |
| X4 | Lokasi | | | | | |
| 15 | $X_{4.1}$ Benih diperoleh dengan mudah dan terjangkau<br>*Apakah lokasi untuk memperoleh benih mudah dan terjangkau?*<br>5= Benih sangat mudah di dapat dan terjangkau dalam jarak 5 Km<br>4= Benih mudah diperoleh dan terjangkau dalam jarak 10 Km | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 3= Benih cukup mudah diperoleh dan terjangkau dalam jarak 15 Km<br>2= Benih tidak mudah diperoleh dan tidak terjangkau dalam jarak 20 Km<br>1= Benih sangat tidak mudah diperoleh dan tidak terjangkau dalam jarak >20 Km | | | | | |
| 16 | $X_{4.2}$ Dapat tumbuh pada lahan yang dimiliki<br>*Bagaimana daya tumbuh benih pada lahan anda?*<br>5= Benih dapat tumbuh sangat baik dengan daya tumbuh benih mencapai > 90% setelah benih di tanam<br>4= Benih tumbuh dengan baik dengan daya tumbuh benih 86-90% setelah benih di tanam<br>3= Benih tumbuh dengan cukup baik dengan daya tumbuh benih 81-85% setelah benih di tanam<br>2= Benih tumbuh dengan tidak baik dengan daya tumbuh benih 76-80% setelah benih di tanam<br>1= Benih tumbuh dengan sangat tidak baik dengan daya tumbuh benih 86-90% setelah benih di tanam | | | | | |
| X5 | Harga | | | | | |
| 18 | $X_{5.1}$ Harga benih terjangkau<br>*Apakah harga benih terjangkau?*<br>5= Harga benih sangat terjangkau jika Rp. 90.000/10kg<br>4= Harga benih terjangkau jika Rp. 100.000/10kg<br>3= Harga benih cukup terjangkau jika Rp. 110.0000/10kg<br>2= Harga benih tidak terjangkau jika Rp. 120.000/10kg<br>1= Harga benih sangat tidak terjangkau jika > Rp. 120.00 | | | | | |
| 19 | $X_{5.2}$ Harga padi konsumsi<br>*Berapa harga jual padi?*<br>5= Harga jual padi sangat layak, melebihi harga pasaran (lebih dari harga dasar, keuntungan besar)<br>4= Harga jual padi layak, sama dengan harga pasaran (harga dasar)<br>3= Harga jual padi cukup cukup, layak dengan harga pasaran<br>2= Harga jual padi tidak layak, kurang dari harga pasaran (tidak mengalami keuntungan dan tidak mengalami kerugian ekonomi)<br>1= Harga jual padi sangat tidak layak, angat murah (mengalami kerugian ekonomi) | | | | | |
| 20 | $X_{4.3}$ Perbandingan harga<br>*Bagaimanakah perbandingan harga benih padi Tani Makmur dengan benih padi dari perusahaan lain?*<br>5= Harga lebih murah dari merek lain<br>4= Harga sama dengan merek lain<br>3= Harga lebih mahal 1000-5000/kemasan dibanding dengan merek lain<br>2= Harga lebih mahal 6000-10000/kemasan dibanding dengan merek lain<br>1= Harga lebih maha 10000- 15000/kemasan dibanding dengan merek lain | | | | | |
| Y | Kepuasan terhadap benih | | | | | |
| 1 | Y1 Kualitas Produk | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *Apakah anda merasa puas dengan kualitas produk benih Tani Makmur?*<br>5= Sangat Puas<br>4= Puas<br>3= Cukup Puas<br>2= Tidak Puas<br>1= Sangat puas | | | | | |
| 2 | Y2 Harga sesuai dengan kualitas produk<br>*Andakah anda merasa harga sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?*<br>5= Harga sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan<br>4= Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan<br>3= Harga cukup sesuai dengan kualitas yang diberikan<br>2= Harga tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan<br>1= Harga sangat tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan | | | | | |
| 3 | Y3 Service Quality<br>*Apakah anda merasa puas dengan pelayanan karyawan?*<br>5= Sangat puas<br>4= Puas<br>3= Cukup Puas<br>2= Tidak Puas<br>1= Sangat puas | | | | | |

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

**Lampiran 3. Dokumentasi**