

**ANALISIS PREFERENSI PETANI JERUK  
TERHADAP PUPUK AN-ORGANIK DAN PUPUK ORGANIK**

**(Studi Kasus di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**SINTA ANGGRAINI**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
MALANG  
2011**

**ANALISIS PREFERENSI PETANI JERUK  
TERHADAP PUPUK AN-ORGANIK DAN PUPUK ORGANIK  
(Studi Kasus di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)**

Oleh:

**SINTA ANGGRAINI**

**0710440007 - 44**

**SKRIPSI**

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

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
MALANG  
2011**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum / tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan ini dan daftar pustaka.

Malang, Agustus 2011

Sinta Anggraini  
0710440007-44



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI PETANI JERUK TERHADAP PUPUK AN-ORGANIK DAN PUPUK ORGANIK (STUDI KASUS DI DESA SELOREJO, KECAMATAN DAU, KABUPATEN MALANG)**

**Nama Mahasiswa : SINTA ANGGRAINI**

**NIM : 0710440007 – 44**

**Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian**

**Program Studi : Agribisnis**

Menyetujui,

**Pembimbing Utama,**

**Pembimbing Pendamping,**

**Dr. Ir. Salyo Sutrisno, MS. (Alm)**  
**NIP. 19511014 197903 1 001**

**Dwi Retno Andriani, SP. MP**  
**NIP. 19790825 200812 2 002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan**

**Dr. Ir. Syafril, MS.**  
**NIP. 19580529 198303 1 001**

Tanggal Persetujuan :

**LEMBAR PENGESAHAN**

Mengesahkan,  
**MAJELIS PENGUJI**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Dr. Ir. Salyo Sutrisno, MS. (Alm)**  
**NIP. 19511014 197903 1 001**

**Dwi Retno Andriani, SP. MP**  
**NIP. 19790825 200812 2 002**

**Penguji III**

**Penguji IV**

**Ir. Heru Santoso H. S, SU.**  
**NIP. 19540305 198103 1 005**

**Fitria Dina Riana, SP. MP.**  
**NIP. 19750919 2003 12 2 003**

Tanggal Lulus :





*Skripsi ini aku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta  
Kedua adikku tersayang dan semua orang yang selalu  
mensupport dan mendoakanku  
Terima kasihku untuk semuanya*

## RINGKASAN

**SINTA ANGGRAINI. 0710440007. Analisis Preferensi Petani Jeruk Terhadap Pupuk An-organik dan Pupuk Organik (Studi Kasus di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). Di bawah bimbingan Dr.Ir.Salyo Sutrisno,Ms (Alm) sebagai Pembimbing Utama dan Dwi Retno Andriani, SP.MP sebagai Pembimbing Pendamping.**

---

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi. Saat ini dunia usaha termasuk didalamnya adalah agribisnis sedang mengalami perubahan dan pertumbuhan yang pesat. Salah satunya adalah pengembangan usaha tanaman pangan dan hortikultura. Jeruk (*Citrus Sp*) merupakan salah satu komoditas tanaman buah yang menjadi perhatian dalam pengembangan produk pertanian. Desa Selorejo merupakan salah satu sentra produksi jeruk di Kabupaten Malang. Hal ini didukung dengan agroekologi yang cocok untuk budidaya tanaman jeruk.

Pemahaman tentang kebutuhan tanaman jeruk terhadap pupuk menjadi salah satu kunci keberhasilan budidaya jeruk yang menguntungkan. Pemupukan bertujuan menambah unsur hara tertentu di dalam tanah yang tidak cukup bagi kebutuhan tanaman. Namun yang sering terjadi saat ini terdapat kecenderungan peningkatan jumlah (dosis) dan jenis (macam unsur hara) pupuk yang harus diberikan seiring dengan semakin lamanya budidaya tanaman jeruk pada sebidang lahan. Melihat adanya fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana petani lebih memperhatikan kepentingan sesaat daripada kepentingan jangka panjang, dapat menimbulkan dampak negative bagi kehidupan dan lingkungan. Pemakaian pupuk an-organik terutama dalam jumlah yang berlebihan di atas takaran rekomendasi selama ini sudah mulai memberikan dampak lingkungan yang negatif. Petani menganggap penggunaan pupuk organik tidak memberikan mafaat jangka pendek, namun dalam hal ini untuk jangka panjang dapat memberikan manfaat melalui pelestarian sumberdaya lahan dan produktivitasnya. Mengubah paradigma petani terhadap penggunaan pupuk organik yang lebih memberikan banyak manfaat dalam jangka panjang tidaklah mudah. Dalam hal ini peran dari produsen pupuk organik sangat dibutuhkan. Dengan melihat adanya peluang ini seharusnya produsen pupuk organik dapat menciptakan suatu produk yang sesuai dengan harapan petani, yang mana nantinya dapat merubah persepsi petani terhadap pupuk organik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani jeruk dalam memilih pupuk an-organik dan pupuk organik serta mengetahui bagaimana tanggapan petani dalam hal ini preferensi petani berdasarkan atribut produk, sehingga dapat membawa pengaruh pada keputusan pembelian pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo Kecamatan Dau. Metode penentuan responden adalah simple random sampling dengan metode penentuan banyak sampel yang diambil didasarkan pada teknik Slovin sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 43 responden. Data yang diperoleh bersumber dari data sekunder dan data primer melalui kuisioner dan analisis data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas serta analisis faktor yang terdiri dari uji interdependensi variabel-variabel, ekstraksi faktor,

faktor sebelum rotasi, rotasi faktor serta uji validitas dan reliabilitas model faktor.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa petani jeruk di Desa Selorejo mempertimbangkan secara bersama-sama faktor-faktor atribut produk seperti merek, mutu, sifat produk, harga dan layanan pelengkap dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Dimana ada 3 faktor yang terbentuk pada pupuk an-organik yaitu faktor mutu, manfaat dan sifat produk yang menjadi faktor utama sebesar 37,790 %, yang menjadi faktor kedua yaitu faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan sebesar 22,556 %, dan faktor harga dan layanan pelengkap yang merupakan faktor ketiga sebesar 9,291%. Sedangkan pada pupuk organik terdapat 2 faktor yang terbentuk yaitu dimana faktor I terdiri dari faktor mutu, manfaat dan sifat produk sebesar 38,761%, dan faktor II yaitu faktor manfaat, sifat produk dan harga sebesar 28,337%

Selain itu diketahui bahwa faktor mutu, manfaat dan sifat produk merupakan faktor utama yang dipertimbangkan petani dalam melakukan pembelian pupuk an-organik ataupun pupuk organik, karena total varian faktor mutu dan sifat produk mempunyai nilai eigen yang paling tinggi. Faktor mutu dan sifat produk ini terdiri dari variabel tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil jumlah panen dan zat hara mikro/makro. Jadi sebagian petani jeruk di Desa Selorejo sangat mempertimbangkan mutu, manfaat dan sifat produk dalam membeli pupuk an-organik maupun pupuk organik. Karena dengan mutu yang baik dan unsur zat hara mikro/makro yang sesuai akan memberikan kepuasan kepada petani karena manfaat penggunaan pupuk pada hasil jumlah panen yang didapatkan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Dari penelitian disarankan pada pihak terkait yaitu produsen pupuk khususnya pada pupuk organik harus mampu menjaga kualitas produk yang dipasarkan, yang mana nantinya akan terbangun sikap kepuasan pada petani dalam menggunakan pupuk organik. Sehingga penggunaan pupuk organik ini bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi penggunaan pupuk an-organik dan mencegah dampak pencemaran lingkungan akibat penggunaan pupuk an-organik yang melebihi dosis anjuran yang berakibat pada terjadi pembelian ulang atau loyalitas terhadap produk pupuk. Selain itu untuk petani, penggunaan pupuk organik sebaiknya dilakukan secara bertahap karena dengan penggunaan pupuk organik secara bertahap, nantinya akan dapat meningkatkan hasil produksi jeruk dan tanaman akan tumbuh lebih sehat serta lebih tahan terhadap serangan hama penyakit.

## SUMMARY

**SINTA ANGGRAINI. 0710440007. The Analysis of Citrus Farmers Preferences Against Inorganic Fertilizer and Organic Fertilizer (Case Study in the Selorejo Village, District of Dau, Malang). Under the guidance of Dr. Ir. Salyo Sutrisno, MS. (Alm) and Dwi Retno Andriani, SP.MP.**

---

The agricultural sector is one sector that is very important in economic development. Nowadays the business world including the agri-business is undergoing rapid change and growth. One is the development of food crops and horticulture. Citrus (*Citrus sp*) is one of the fruit crops of concern in the development of agricultural products. Selorejo Village is one of the citrus production centers in Malang Regency. This is supported by agro-ecology that is suitable for citrus cultivation.

Understanding the needs of citrus crop fertilizer is to be one of the key successes to make citrus cultivation profitable. Fertilization aims to add specific nutrients in the soil are not sufficient for plant needs. But what often happens at this time there is an increasing amount (dose) and types (kinds of nutrient) fertilizers to be supplied along with the length of the cultivation of citrus on a parcel of land. Looking at the phenomenon that occurs at this point, where farmers pay more attention than the momentary interests of long-term interests, it may cause negative impact to the lives and environment. The use of inorganic fertilizers, especially in excessive amounts over the dose recommendation for this has begun to provide a negative environmental impact. Farmers consider the use of organic fertilizers that they do not provide sufficient short-term benefit, but in this case for the long term, it can provide benefits through the conservation of land resources and productivity. It is not easy to change the paradigm of farmers that using more organic fertilizers will provide many benefits in the long run. In this case the role of producers of organic fertilizer is needed. By looking at the opportunities this organic fertilizer manufacturer should be able to create a product that corresponds with the expectations of farmers, which later can change the perception of farmers towards organic fertilizer.

This study aims to analyze what factors that are considered as dominant to citrus farmers in selecting anorganic fertilizers and organic fertilizers as well as knowing how the responses of farmers in this case the preference of farmers based on product attributes, so that it can bring influence on purchase decisions and inorganic fertilizers organic fertilizer in the Selorejo Village, District of Dau. The respondents are determined by using simple random sampling and also determined by using the Slovin formula in order to get the number of samples 43 respondents. Data obtained from secondary data sources and primary data through questionnaires and data analysis consisted of testing the validity and reliability and factor analysis of the interdependence of test variables, extraction of factors, before rotation, rotation and factor validity and reliability factor model.

The results obtained in this study shows that citrus farmers in the Selorejo village jointly considering factors such as product attributes brand, quality, product characteristics, price and complementary services in product purchasing decisions. Where there are three factors that form on inorganic fertilizers is a

factor of quality, value and nature of the product that became a major factor of 37.790%, the second factor is the brand factor, benefits, product properties, prices and services amounting to 22.556%, and the price factor and complementary services which is a third factor of 9.291%. While on organic fertilizers, there are 2 factors, which the factor I consists of quality factors, benefits and nature of the product of 38.761%, and factor II on the benefit factor, the nature of the product and the price of 28.337%.

It is also known that the factor of quality, value and nature of the product are the main factors that farmers consider in purchasing inorganic fertilizer or organic fertilizer, because the total variance of quality factor and the nature of the products have the highest eigenvalues. Quality factor and the nature of this product consist of a variable level of quality, satisfaction with the quality, the amount of crop nutrients and micro / macro elements. So some citrus farmers in the Selorejo village strongly consider quality, value and nature of the products purchased inorganic fertilizers and organic fertilizers. Because with good quality and nutrient elements of micro / macro accordingly will give satisfaction to the farmers because the benefits of the fertilizers on the yields obtained in accordance with what they expect.

Based on the results, here some suggestions for related parties, especially to organic fertilizer manufacturers, must be able to maintain the quality of marketed products, which will be built on the satisfaction attitudes of farmers in the use of organic fertilizers. So the use of organic fertilizer is beneficial to improve the efficiency of inorganic fertilizer use and mitigate the impact of environmental pollution due to use of inorganic fertilizers in excess doses concomitant anjuran.yang repeat purchase or loyalty to the product of fertilizer. In addition to farmers, the use of organic fertilizers should be gradual due to the use of organic fertilizers in stages, will be able to increase the production of citrus and the plants will grow healthier and more resistant to pest attacks.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat, Taufik serta Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Petani Jeruk Terhadap Pupuk An-organik dan Pupuk Organik (Studi Kasus di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)”. Segala kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah semata-mata karena kekhilafan penulis dan kelebihan yang ada hanya berasal dari-Nya.

Atas terselesaikannya laporan skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Salyo Sutrisno, MS (Alm) selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan saran, arahan, dukungan dan nasihat selama proses penyusunan skripsi
2. Ibu Dwi Retno Andriani, SP. MP selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan saran, arahan, dukungan dan nasihat selama proses penyusunan skripsi
3. Bapak Ir. Heru Santoso, MS selaku dosen penguji utama yang telah memberikan saran dan arahan selama proses penyusunan skripsi
4. Ibu Fitria Dina Riana, SP, M selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran dan arahan selama proses penyusunan skripsi
5. Mama, Papa, Bagus, Sakti dan Ibie yang telah memberikan kasihnya yang luar biasa dalam mendukung penyelesaian skripsi ini.
6. Semua teman dan pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan sehingga dapat tersusunnya laporan skripsi ini

Akhirnya penulis berharap semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi semua pihak yang berminat dan memerlukan.

Malang, Agustus 2011

Penulis

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Surabaya, pada tanggal 27 Juni 1989 dan merupakan putri pertama dari tiga bersaudara dengan seorang ayah bernama Priyanto dan seorang ibu bernama Eka Yuniati Ningsih. Penulis memulai pendidikan sekolah dasar di SDN Pabean I (1995-2001) setelah itu melanjutkan ke SMP Negeri 1 Waru (2001-2004), kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 17 Surabaya (2004-2007). Untuk selanjutnya, pada tahun 2007 penulis diterima menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>SUMMARY</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Tentang Jeruk Manis.....	9
2.2.1 Syarat Tumbuh.....	9
2.2.2 Rekomendasi Pemupukan untuk Tanaman Jeruk.....	10
2.3 Tinjauan Teoritis Perilaku Konsumen.....	11
2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	11
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.4 Tinjauan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.5 Tinjauan Teoritis Preferensi Konsumen.....	20
2.6 Tinjauan Atribut Produk .....	22
2.6.1 Definisi Atribut Produk.....	22
2.6.2 Variabel Atribut.....	22
<b>III. KERANGKA TEORITIS</b>	
3.1 Kerangka Pemikiran.....	25
3.2 Hipotesis Penelitian.....	29
3.3 Batasan Masalah.....	29
3.4 Skala Pengukuran Dan Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
3.4.1 Skala Pengukuran.....	29
3.4.2 Identifikasi Penelitian.....	30

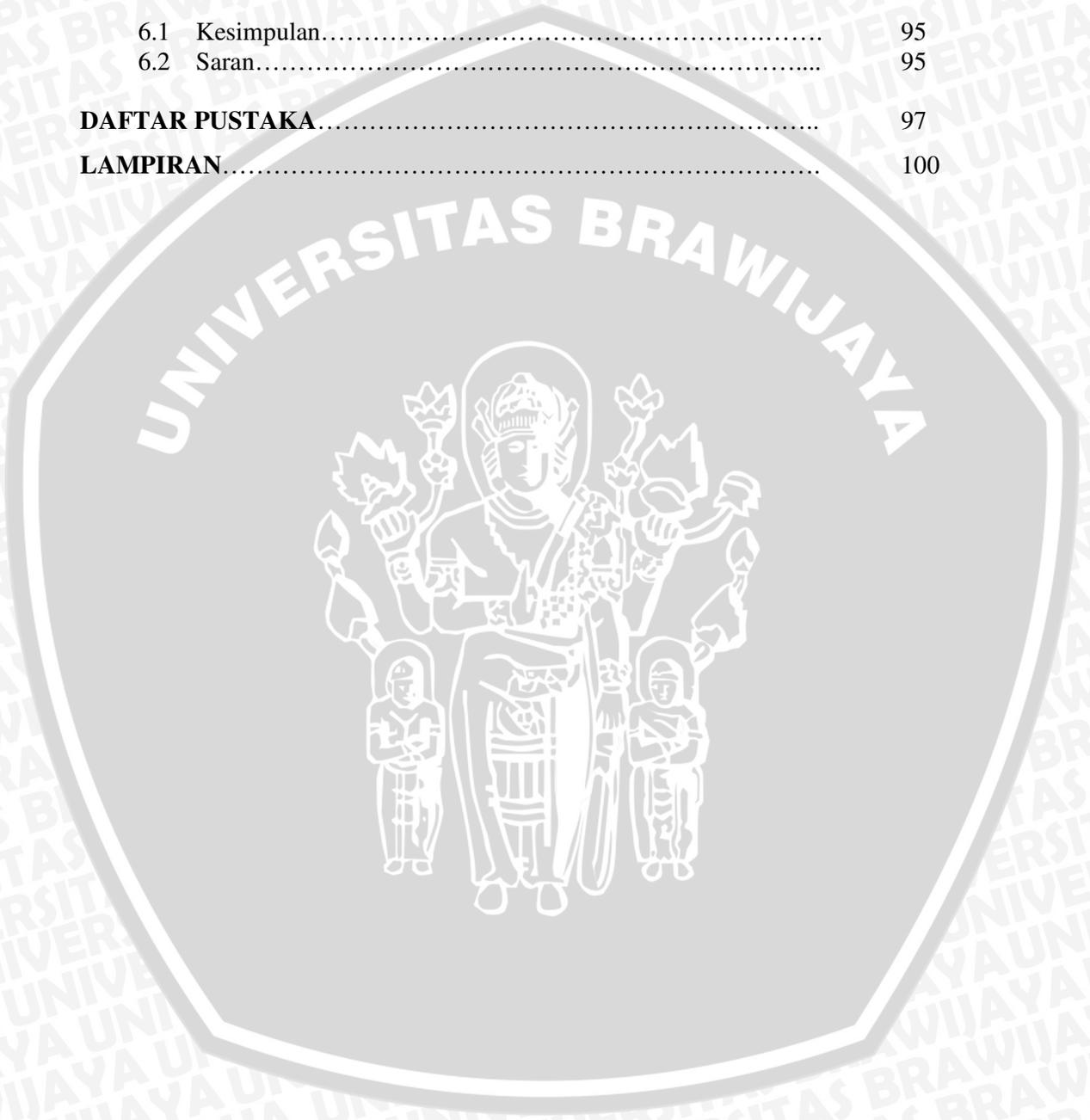
	Halaman
3.5 Definisi Operasional.....	31
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Metode Penentuan Lokasi.....	35
4.2 Metode Penentuan Responden.....	35
4.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
4.4 Metode Analisis Data.....	37
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	37
4.4.2 Analisis Kuantitatif.....	37
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	45
5.1.1 Kondisi Geografis dan Batas Administrasi.....	45
5.1.2 Keadaan Topografi.....	45
5.1.3 Tata Guna Lahan.....	46
5.2 Keadaan Demografi Daerah Penelitian.....	47
5.2.1 Jumlah Penduduk.....	47
5.2.2 Tingkat Pendidikan.....	49
5.2.3 Mata Pencarian.....	50
5.3 Karakteristik Responden.....	51
5.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	51
5.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
5.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
5.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
5.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	54
5.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani.....	55
5.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pupuk An-organik dan Pupuk Organik.....	56
5.4 Deskripsi Usahatani Jeruk di Desa Selorejo.....	57
5.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
5.6 Hasil Analisis Faktor.....	62
5.6.1 Uji Interdependensi.....	62
5.6.2 Ekstraksi Faktor.....	65
5.6.3 Matriks Faktor Sebelum Rotasi.....	68
5.6.4 Rotasi Faktor.....	70
5.6.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Model Faktor.....	75
5.6.6 Interpretasi faktor.....	76
5.7 Pembahasan Hasil Analisis.....	83
5.8 Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Jeruk.....	92

**VI. PENUTUP**

6.1 Kesimpulan.....	95
6.2 Saran.....	95

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>97</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>
----------------------	------------



## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penggunaan Pupuk An-organik Pada Sektor Pertanian.....	2
2.	Dosis pemupukan anjuran tanaman jeruk.....	11
3.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i> .....	39
4.	Ukuran Ketepatan Kaiser-Meyer-Oklin.....	42
5.	Luas Lahan Berdasarkan Penggunaan di Desa Selorejo.....	46
6.	Luas Lahan Berdasarkan Komoditi di Desa Selorejo.....	47
7.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Umur di Desa Selor...	48
9.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Selorejo.....	49
10.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Selorejo.....	50
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin di Desa Selorejo.....	52
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Desa Selorejo.....	52
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Selorejo.....	53
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di Desa Selorejo.....	54
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	55
16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani di Desa Selorejo.....	56
17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pupuk Anorganik dan Pupuk Organik Desa Selorejo.....	57
18.	Hasil Uji Validitas Untuk Atribut Produk Pupuk An-organik dan Pupuk Organik.....	61
19.	Nilai Kecukupan Sampling (MSA) Pupuk An-organik dan Pupuk Organik.....	63
20.	Nilai KMO dan Uji Barlett's Pupuk An-organik.....	64
21.	Nilai KMO dan Uji Barlett's Pupuk Organik.....	65
22.	Ekstraksi Faktor Pupuk An-organik.....	65
23.	Ekstraksi Faktor Pupuk Organik.....	66
24.	Nilai Komunalitas Pupuk An-organik.....	67
25.	Nilai Komunalitas Pupuk Organik.....	68
26.	Faktor Sebelum Rotasi Pupuk An-organik.....	69
27.	Faktor Sebelum Rotasi Pupuk Organik.....	70
28.	<i>Rotated Component Matrix</i> Pupuk An-organik dan Pupuk An-organik.....	71

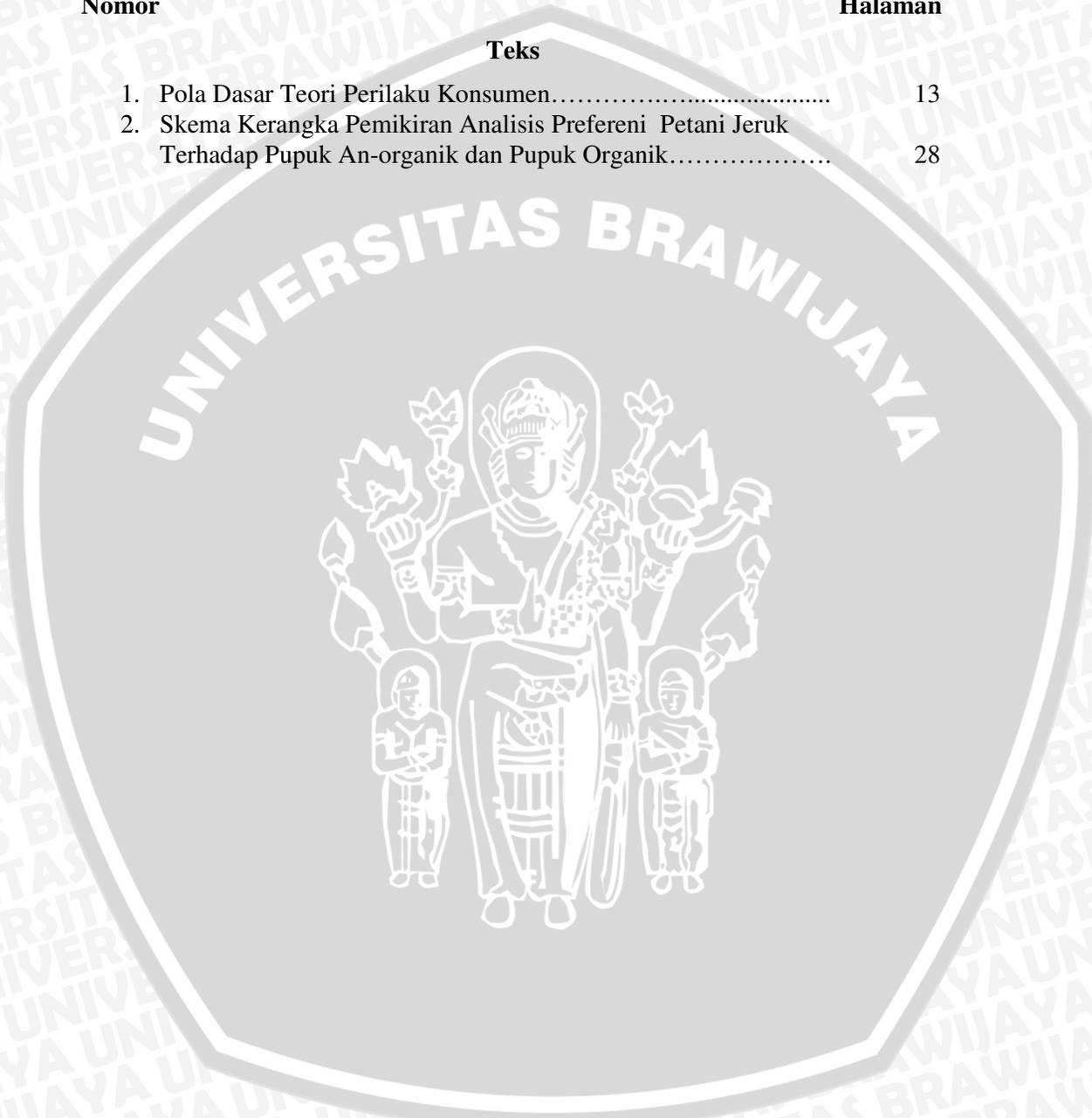
**DAFTAR TABEL (Lanjutan)**

Nomor	Teks	Halaman
29.	<i>Rotated Component Matrix</i> Pupuk Organik.....	72
30.	Perumusan Atribut Produk dari Faktor yang Terbentuk pada Pupuk An-organik.....	73
31.	Perumusan Atribut Produk dari Faktor yang Terbentuk pada Pupuk Organik.....	74
32.	Matriks Komponen Transformasi.....	75
33.	Hasil Uji Reliabilitas Model Faktor Pupuk An-organik Dan Pupuk Organik.....	76
34.	Produksi Rata-rata Usahatani Jeruk Manis di Desa Selorejo.....	93



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Pola Dasar Teori Perilaku Konsumen.....	13
2.	Skema Kerangka Pemikiran Analisis Prefereni Petani Jeruk Terhadap Pupuk An-organik dan Pupuk Organik.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisioner.....	100
2.	Dokumentasi.....	107
3.	Data Responden.....	108
4.	Produksi Jeruk Manis Dengan Menggunakan Pupuk An-organik.....	111
5.	Produksi Jeruk Manis Dengan Menggunakan Pupuk Organik Bermerek.....	112
6.	Tingkat Kepentingan An-organik.....	113
7.	Tingkat Kepentingan Organik.....	115
8.	Hasil Uji Validitas Pupuk An-organik.....	117
9.	Hasil Uji Validitas Pupuk Organik.....	123
10.	Hasil Uji Reliabilitas Pupuk An-organik.....	126
11.	Hasil Uji Reliabilitas Pupuk Organik.....	128
12.	Uji Interdependensi Variabel dalam Analisis faktor Pupuk An-organik.....	129
13.	Ekstraksi Faktor Reduksi Pupuk An-organik.....	131
14.	Nilai Komponen Matrik Pupuk An-organik.....	133
15.	Rotasi faktor Pupuk An-organik.....	134
16.	Uji Reliabilitas Model Faktor Pupuk An-organik.....	135
17.	Uji Interdependensi Variabel dalam Analisis faktor Pupuk Organik.....	136
18.	Ekstraksi Faktor Reduksi Pupuk Organik.....	138
19.	Nilai Komponen Matrik Pupuk Organik.....	139
20.	Rotasi faktor Pupuk Organik.....	140
21.	Uji Reliabilitas Model Faktor Pupuk Organik.....	141

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi. Kebijakan pembangunan pertanian diarahkan agar pertanian menjadi sektor yang tangguh. Saat ini dunia usaha termasuk didalamnya adalah agribisnis sedang mengalami perubahan dan pertumbuhan yang pesat. Salah satunya adalah pengembangan usaha tanaman pangan dan hortikultura. Hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian yang mempunyai peluang dan potensi bisnis yang masih sangat luas di Indonesia. Terutama di dunia internasional, produk hortikultura asal Indonesia yang beredar masih sangat sedikit. Ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan tanaman hortikultura.

Buah-buahan termasuk salah satu jenis tanaman hortikultura yang lebih dikenal sebagai sumber vitamin dan mineral, oleh karena itu vitamin dan mineral mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan tubuh manusia karena zat-zat yang terkandung didalamnya berfungsi sebagai pengatur dan pelindung tubuh. Salah satu komoditas tanaman buah yang menjadi perhatian dalam pengembangan produk pertanian adalah Jeruk (*Citrus Sp*). Menurut Jumin (1997) permintaan jeruk terus meningkat karena harganya yang ekonomis dan banyak mengandung vitamin C, sehingga produksi jeruk belum mencukupi kebutuhan konsumsi jeruk dalam negeri. Hal ini merupakan tantangan dan peluang yang baik bagi para petani dan pengusaha jeruk dalam meningkatkan produksi jeruk. Kenyataan ini mendorong pemerintah untuk tetap memberikan prioritas utama dalam pengembangannya (Ditjen Bina Produksi Hortikultura, 2003).

Salah satu sentra produksi jeruk di kota Malang yaitu berada di Desa Selorejo. Jenis jeruk yang banyak dibudidayakan adalah jeruk manis. Desa Selorejo merupakan wilayah yang sesuai untuk syarat tumbuh tanaman jeruk manis karena didukung dengan agroekologi yang cocok untuk budidaya tanaman jeruk manis. Dimana terletak pada ketinggian 800 - 1200 meter diatas permukaan air laut dengan suhu rata-rata harian 22°C. Curah hujan rata-rata per tahun adalah

sebesar 1100 mm. Selain didukung dengan agroekologi yang cocok untuk budidaya jeruk, Desa Selorejo mempunyai luas areal untuk tanaman jeruk yang paling besar yaitu mencapai 270 ha bila dibandingkan dengan desa-desa lainnya yang berada di Kecamatan Dau. Budidaya jeruk manis ini dilakukan sejak tahun 1989. Namun tanaman jeruk ini mulai produktif serta terlihat hasilnya mulai tahun 1994 dan pembudidayaanya berkembang sampai sekarang dan dijadikan sebagai agrowisata petik jeruk (Departemen Pertanian, 2010).

Keberhasilan budidaya jeruk sangat ditentukan oleh kesehatan tanaman yang terkait langsung dengan intensitas perawatan, pemupukan, pengendalian hama/penyakit, pemangkasan, pengendalian gulma, pengaturan air dan lain-lain. Pemahaman tentang kebutuhan tanaman jeruk terhadap pupuk menjadi salah satu kunci keberhasilan budidaya jeruk yang menguntungkan. Tidak saja terhadap tanaman yang dipupuk tetapi terhadap ekosistem secara keseluruhan. Budidaya tanaman cenderung menyebabkan kemunduran lahan jika tidak diimbangi dengan pemupukan yang memadai. Pemupukan bertujuan menambah unsur hara tertentu di dalam tanah yang tidak cukup bagi kebutuhan tanaman. Namun yang sering terjadi saat ini terdapat kecenderungan peningkatan jumlah (dosis) dan jenis (macam unsur hara) pada pupuk an-organik yang harus diberikan seiring dengan semakin lamanya budidaya tanaman jeruk pada sebidang lahan. Peningkatan penggunaan pupuk yang terjadi pada kondisi pertanian sekarang menyebabkan ketergantungan petani terhadap pupuk an-organik. Berikut ini tabel konsumsi pupuk an-organik pada sektor pertanian di Indonesia :

**Tabel 1. Penggunaan Pupuk An-organik Pada Sektor Pertanian di Indonesia**

YEAR	UREA	ZA	TSP/SP.36	KCL	NPK
2008	4,552,214	751,411	582,071	43,641	952,027
2009	4,681,394	916,168	714,747	6,416	1,454,406
2010	4,278,926	841,450	849,230	22,920	1,458,588

Sumber : Departemen Pertanian, 2010

Penggunaan pupuk an-organik pada sektor pertanian di Indonesia yang terlihat pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa permintaan akan produk pupuk an-organik semakin meningkat di tiap tahun. Penggunaan pupuk yang meningkat ini dikarena petani khawatir jika tanaman tidak dipupuk dengan menggunakan pupuk

an-organik maka hasil produksinya akan menurun. Padahal dalam jangka panjang apabila penggunaan pupuk an-organik yang terus meningkat dapat menyebabkan kondisi tanah pertanian menjadi tidak subur, karena pupuk kimia berpengaruh terhadap berkurangnya jasad renik yang ada di dalam tanah dan hal itu yang membuat struktur tanah menjadi makin rusak. Untuk mengatasi masalah ini pemerintah telah mencanangkan program *Go Organik 2010* yang mana menghimbau pada para petani untuk menggunakan bahan-bahan organik dalam budidaya pertaniannya. Seperti penggunaan pupuk organik yang bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi penggunaan pupuk kimia, sehingga dosis pupuk dan dampak pencemaran lingkungan akibat penggunaan pupuk kimia dapat secara nyata dikurangi.

Melihat kenyataan bahwa petani jeruk di Desa Selorejo lebih mempercayai menggunakan pupuk an-organik bila dibandingkan dengan pupuk organik khususnya dalam bentuk kemasan. Dan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi pupuk an-organik maupun pupuk organik seperti PT.Petrokimia Gresik, PT. Pupuk Kaltim, PT. PT Pupuk Sriwidjaja, PT.Pertani, PT.Yamindo dan lain sebagainya. Maka dari itu setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi khususnya untuk produk pupuk organik dalam kemasan. Sehingga dengan penggunaan pupuk organik merupakan alternatif solusi penunjang agar hasil pertanian khususnya pada tanaman jeruk semakin berkualitas dan tanah pertanian menjadi tetap sehat.

Penelitian ini mengidentifikasi preferensi petani jeruk di Desa Selorejo yang dipengaruhi berbagai atribut dalam menggunakan pupuk an-organik maupun pupuk organik. Berdasarkan atribut-atribut yang melekat pada suatu produk khususnya pupuk an-organik dan pupuk organik, maka akan memberikan penilaian berupa sikap yang berbeda pada masing-masing petani jeruk sesuai kebutuhan dan keinginannya. Petani yang percaya terhadap atribut pupuk an-organik ataupun pupuk organik akan memberikan sikap yang positif sehingga akan berperilaku yang positif juga dengan melakukan pengambilan keputusan pembelian dan penggunaan. Dalam kaitannya dengan preferensi ini, maka petani

akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan terutama kualitas pupuk an-organik dan pupuk organik. Petani jeruk di Desa Selorejo selalu melakukan keputusan pembelian dengan berdasarkan kebutuhan dan kemampuan daya belinya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperlukan suatu riset yang mengukur preferensi petani jeruk di Desa Selorejo terhadap keputusan penggunaan pupuk an-organik maupun pupuk organik yang mengingat bahwa petani dalam membuat keputusan untuk menggunakan suatu produk atas dasar perasaan dan berdasarkan pengalamannya dalam hal menggunakan produk tersebut. Sehingga pada akhirnya dapat diketahui tuntutan akan kebutuhan yang diinginkan petani yang harus diwujudkan dalam bentuk performa produk yang menarik, baik dan memuaskan. Oleh karena itu, bentuk penelitian mengenai “Analisis Preferensi Petani Jeruk Terhadap Pupuk An-organik dan Pupuk Organik (Studi Kasus di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Pada saat ini yang menjadi suatu permasalahan dalam budidaya pertanian khususnya pada penggunaan pupuk sebagai input produksi yaitu petani jeruk di Desa Selorejo lebih suka menggunakan pupuk an-organik jika dibandingkan dengan pupuk organik. Mereka beranggapan pupuk an-organik mempunyai kandungan unsur hara yang baik dan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi. Sedangkan pupuk organik menurut mereka, tidak mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi karena mengandung sedikit unsur hara. Bahkan beberapa petani jeruk di Desa Selorejo menggunakan pupuk an-organik secara berlebihan, namun akibat dari itu semua kesuburan tanah menjadi berkurang.

Penggunaan pupuk an-organik dalam tempo yang panjang jika tidak digunakan dengan hati-hati dan tidak tepat dosis maka akumulasi bahan-bahan tersebut menjadi jenuh ditanah dan menjadi masalah yang cukup serius (Anonymous, 2005 (a)). Dalam hal ini untuk mengajak petani menggunakan pupuk organik tidaklah mudah, karena akan mempengaruhi produksi tanaman jeruk. Tanaman jeruk selama ini mendapat perlakuan pupuk an-organik yang

langsung dapat diserap tanaman. Tanaman jeruk di Desa Selorejo ini sudah begitu tergantung pada pupuk an-organik, jadi secara langsung pemakaian pupuk an-organik akan mempengaruhi produksi buahnya. Namun untuk mengembalikan kesuburan tanah dengan beralih ke pupuk organik harus segera dilakukan petani, agar secara berangsur-angsur ada perbaikan struktur dan kandungan hara tanah. Dengan kata lain penggunaan pupuk kimia juga harus mulai dikurangi secara perlahan-lahan.

Penilaian persepsi yang positif akan memberikan pengaruh terhadap pilihan atau preferensi konsumen terhadap kriteria produk yang menjadi harapan dan acuan konsumen sesuai kemampuan untuk pengambilan keputusan pembelian. Dalam hal ini petani jeruk di Desa Selorejo memberikan penilaian berdasarkan atribut produk yang menyertainya. Jadi dengan adanya preferensi petani maka akan memberikan jawaban kepada petani jeruk untuk menjatuhkan pilihan penggunaan pupuk an-organik ataupun pupuk organik berdasarkan atribut produk yang menyertai pada keputusan pembeliannya. Sehingga permasalahan yang difokuskan pada seberapa besar preferensi petani jeruk di Desa Selorejo terhadap atribut produk pada pupuk yang mempengaruhi petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk an-organik maupun pupuk organik. Karena unsur yang terdapat dalam atribut produk merupakan unsur penting dalam bauran pemasaran, yang mana nantinya dapat menjadi acuan bagi suatu perusahaan agar dapat menciptakan pupuk yang memiliki kualitas terbaik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani jeruk dalam memilih pupuk an-organik dan pupuk organik?
2. Bagaimana tanggapan petani dalam hal ini preferensi petani jeruk berdasarkan atribut produk, sehingga dapat membawa pengaruh pada keputusan pembelian pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo Kecamatan Dau?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani petani jeruk dalam memilih pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo Kecamatan Dau.
2. Mengetahui bagaimana tanggapan petani dalam hal ini preferensi petani berdasarkan atribut produk, sehingga dapat membawa pengaruh pada keputusan pembelian pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo Kecamatan Dau.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat dipergunakan sebagai :

1. Penulis dapat memperoleh pengetahuan tentang sejauh mana atribut produk dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pupuk an-organik ataupun pupuk organik.
2. Bahan referensi, informasi tambahan dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap pupuk an-organik dan pupuk organik.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Telah banyak terdapat penelitian ilmiah yang membahas preferensi konsumen terhadap barang baik dalam bidang pertanian maupun bidang lainnya, antara lain : Resty (2010) meneliti tentang preferensi petani terhadap insektisida *Seed Treatment*. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk insektisida *seed treatment* serta untuk menganalisis preferensi petani terhadap produk insektisida *seed treatment* di Desa Kedung Malang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri. Metode penentuan responden dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dengan metode penentuan banyak sampel yang diambil didasarkan pada teknik Malhotra, yakni jumlah sampel adalah 4 atau 5 kali variabel yang dianalisis sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk insektisida *seed treatment* dan modus rangking preferensi yang digunakan untuk menganalisis preferensi petani terhadap produk insektisida *seed treatment*. Dan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa petani di Desa Kedungmalang mempertimbangkan secara bersama-sama faktor-faktor dominan seperti merek, mutu, harga, sifat produk dan kemasan dalam memilih produk insektisida *seed treatment*.

Penelitian preferensi konsumen yang lain, yaitu mengenai analisis preferensi konsumen berdasarkan atribut produk minuman sari buah apel oleh Pangesthi (2008), menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli minuman sari buah apel. Faktor pertama adalah faktor harga dan kemasan, yang terdiri dari variabel pertimbangan harga, variabel bentuk dan bahan kemasan, variabel gambar kemasan, dan variabel warna kemasan. Faktor kedua adalah faktor kualitas, yang terdiri dari variabel tingkat mutu, variabel pemilihan mutu terbaik, dan variabel kepuasan terhadap mutu. Faktor ketiga adalah faktor kesehatan mempengaruhi keputusan

pembelian, yaitu variabel harapan peningkatan mutu, variabel manfaat kesehatan, variabel kebutuhan informasi yang lengkap, variabel kepercayaan akan informasi. Faktor keempat adalah faktor merek, yaitu variabel merek dan variabel nama perusahaan. Untuk faktor terakhir yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mempengaruhi pembelian adalah faktor rasa, yang terdiri dari variabel rasa dan variabel kesegaran. Pada penelitian ini, didapatkan bahwa sebagian besar masyarakat Ketawang gede sangat mempertimbangkan besarnya pendapatan mereka dengan harga minuman sari buah apel yang ada di pasaran dan juga mempertimbangkan kemasan yang menarik, unik, dan praktis atau mudah dibawa.

Dewi (2007) meneliti tentang preferensi petani terhadap fungisida Amistatratop PT.Syngenta. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut bauran pemasaran yang dipertimbangkan petani dalam membeli fungisida Amistartop dan memutuskan membeli fungisida Amistartop. Metode analisis data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas kuisioner dan analisis faktor. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi petani dalam memutuskan membeli fungisida Amistartop. Dimana faktor yang paling dominan yaitu faktor pertama berupa faktor promosi dan distribusi dengan variabel jenis promosi, frekuensi promosi dan kemudahan produk. Faktor kedua yaitu faktor produk dan harga dengan variabel kualitas, merek dan harga beli. Sedangkan untuk faktor terakhir yang mempengaruhi petani dalam membeli fungisida yaitu faktor produk, harga dan didtribusi terdiri dari variabel harga, jumlah kios dan ukuran.

Megasavitri (2008) meneliti tentang aplikasi analisis faktor untuk mengetahui variabel-variabel yang berasosiasi dengan pembelian fungisida score PT.Syngenta oleh petani. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berasosiasi dengan pembelian fungisida Score PT.Syngenta oleh petani di Dusun Murang Agung, Desa Kebondalem, Jombang dan untuk mengetahui serta menganalisis faktor yang paling dominan, yang berasosiasi dengan pembelian fungisida Score. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Analisis Deskriptif dan Analisis Faktor. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang berasosiasi

dengan pembelian fungisida Score oleh petani di Dusun Murang Agung, Desa Kebondalem, Jombang terbagi menjadi dua faktor. Faktor I adalah faktor promosi dan distribusi, dan untuk faktor II adalah harga. Dari kedua faktor tersebut dapat diketahui bahwa faktor paling dominan yang berasosiasi kuat dengan dengan pembelian fungisida Score oleh petani di Dusun Murang Agung, Desa Kebondalem, Jombang adalah faktor I, yaitu promosi dan distribusi dengan variabel-variabel yang menjelaskannya adalah variabel jenis promosi, frekuensi promosi dan kemudahan dalam memperoleh produk fungisida Score.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah produk itu sendiri. Penilaian konsumen dapat diketahui dari atribut produk tersebut. Dan keputusan pembelian konsumen selain berdasarkan pada penilaian yang positif juga didasarkan pada preferensi konsumen. Dengan memperhatikan penelitian terdahulu tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai analisis preferensi konsumen dengan judul "Analisis Preferensi Petani Jeruk Terhadap Pupuk Anorganik dan Pupuk Organik". Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai preferensi petani dalam produk pupuk, baik itu pupuk anorganik maupun pupuk organik.

## 2.2 Tinjauan Tentang Jeruk Manis

Jeruk manis (*Citrus Aurantium*, Linn) merupakan komoditi hasil pertanian Indonesia yang sangat diminati konsumen dari dalam dan luar negeri. Jeruk mengandung beragam zat gizi dan non gizi yang bermanfaat dalam mencegah kanker dan meningkatkan kesehatan. Masyarakat yang mengonsumsi buah jeruk dalam jumlah relatif banyak dalam makanan sehari-hari memiliki risiko penyakit degeneratif yang rendah. Salah satu komponen bioaktif yang berkhasiat dalam buah jeruk adalah vitamin C (Anonymous, 2009 (b)).

### 2.2.1 Syarat Tumbuh

Perlu 6-9 bulan basah (musim hujan), curah hujan 1000-2000 mm/th merata sepanjang tahun, perlu air yang cukup terutama di bulan Juli-Agustus.

Temperatur optimal antara 25-30 °C dan kelembaban optimum sekitar 70-80%. Kecepatan angin lebih dari 40-48% akan merontokkan bunga dan buah. Ketinggian optimum antara 1-1200 m dpl. Jeruk tidak menyukai tempat yang terlindung dari sinar matahari. Jenis tanah Andosol dan Latosol sangat cocok, derajat keasaman tanah (pH tanah) adalah 5,5-6,5. Air tanah optimal pada kedalaman 150-200 cm di bawah permukaan tanah. Pada musim kemarau 150 cm dan pada musim hujan 50 cm. Tanaman jeruk menyukai air yang mengandung garam sekitar 10%.

### **2.2.2 Rekomendasi Pemupukan untuk Tanaman Jeruk**

Pemupukan sangat perlu dilakukan karena kemampuan tanah dalam menyediakan unsur hara bagi tanaman terbatas, dan pada setia periode umur tanaman jeruk banyak menguras ketersediaan hara tanah. Jarak jeruk membutuhkan pupuk organik (pupuk kandang/kompos) dan pupuk anorganik (urea, TSP, dan KCL). Pupuk organik dibutuhkan untuk meningkatkan humus didalam tanah sehingga tanah yang padat dapat diubah menjadi remah/gembur. Sedangkan pupuk anorganik diperlukan untuk menambah unsur hara yang dibutuhkan tanaman.

Paling sedikit ada 12 macam unsur esensial yang dibutuhkan tanaman jeruk diambil dari dalam tanah. Pertama, unsur hara yang dibutuhkan dalam jumlah banyak (makro primer), meliputi nitrogen (N), fosfor (P), dan kalium (K). Kedua, unsur hara yang dibutuhkan dalam jumlah banyak hanya pada kondisi tertentu (makro sekunder), meliputi kalsium (Ca), magnesium (Mg), dan belerang (S). Ketiga, unsur hara yang dibutuhkan dalam jumlah sedikit tetapi bila kekurangan akan mempengaruhi produksi dan kelangsungan hidup tanaman (mikro), meliputi besi (Fe), seng (Zn), mangan (Mn), tembaga (Cu), boron (B) dan molibdenum (Mo).

Sumber N yang banyak beredar di pasar adalah urea, ZA dan pupuk majemuk NPK; P adalah SP36, fosfat alam dan pupuk majemuk NPK, dan K adalah ZK, KCl dan NPK. Sumber Ca adalah SP36, fosfat alam, kapur atau dolomit yang sekaligus mengandung Mg. Kebutuhan S lebih sedikit dibandingkan

N dan biasanya bisa terpenuhi dari pemberian pupuk kandang, pupuk ZA atau ZK yang biasanya diberikan guna memenuhi kebutuhan N atau K. Kebutuhan unsur mikro biasanya bisa terpenuhi jika tanah diberi pupuk kandang secara teratur (Anonymous, 2009 (c)). Dosis dan jenis pupuk yang digunakan dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Dosis Pemupukan Anjuran Tanaman Jeruk**

Umur (Thn)	Pupuk Kandang (kg/ph)	Urea (gr/ph)	TSP (gr/ph)	ZK (gr/ph)
1	20	250	25	100
2	40	400	50	200
3	60	600	75	300
4	80	800	100	400
5	100	1000	125	500
6	120	1200	150	600
7	140	1400	175	700
8	160	1600	200	800
> 8	200	1800-2000	200	800

Sumber : Puslitbanghort (2003)

Berdasarkan tabel dosis pemupukan anjuran pada tanaman jeruk di atas terlihat bahwa dosis pupuk kandang yang diberikan pada tiap pohon lebih banyak dari pada pupuk an-organik seperti pupuk urea, TSP dan ZK. Hal ini dikarenakan kandungan unsurhara pada pupuk kandang lebih rendah bila dibandingkan dengan pupuk an-organik. Dosis anjuran pemupukan untuk tanaman jeruk yang dikeluarkan oleh Puslitbang Hortikultura tidak dijadikan patokan oleh para petani justru terdapat kecenderungan peningkatan jumlah (dosis) dan jenis (macam unsur hara) pupuk yang diberikan terutama pupuk an-organik.

## 2.3 Tinjauan Teoritis Perilaku Konsumen

### 2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan/perilaku, termasuk di dalamnya aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan itu, yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) guna memenuhi kebutuhannya. Assael (1992), memberikan pendapat bahwa perilaku konsumen

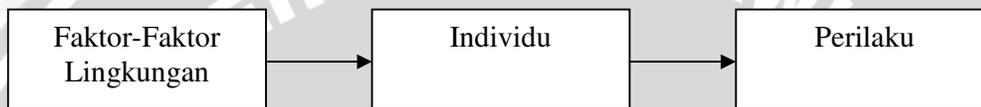
memiliki peranan dalam proses pengambilan keputusan yang mendahului dan tindakan individu yang secara langsung berhubungan dengan tindakan memperoleh, menggunakan dan menentukan barang dan jasa ekonomis. Perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh produsen dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen. Mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan dengan menggunakan sumberdaya yang dimiliki (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan.

Solomon (2002), dalam bukunya "*Consumer Behaviour: buying, having and being*" mendefinisikan perilaku konsumen sebagai proses yang melibatkan saat seorang individu atau grup memilih, membeli, menggunakan, atau membuang suatu barang atau jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Perilaku konsumen juga menyangkut keputusan yang diambil seseorang dalam persiapan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Sedangkan Winardi (1991), menjelaskan perilaku konsumen secara sederhana sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Oleh karena itu suatu perusahaan sangat perlu untuk mempelajari, mengenal dan merumuskan perilaku konsumen agar mengetahui bagaimana konsumen memberikan tanggapan terhadap berbagai rangsangan pemasaran yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang benar-benar mampu memahami bagaimana konsumen memberikan tanggapan dan jawaban terhadap ciri-ciri produk yang berbeda harganya, daya tarik periklanan dan lainnya akan meraih keuntungan yang lebih besar daripada pesaingnya.

Schifman (1991) mengatakan studi ini meliputi; apa yang dibeli, mengapa ia membelinya, dan berapa sering ia membelinya. Swastha (2000) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi, termasuk kegiatan pengambilan keputusan. Studi perilaku konsumen merupakan studi bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber-

sumber yang dimiliki pada konsumsi yang berkaitan dengan sesuatu (barang atau jasa).

Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa-jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Pola dasar teori perilaku konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Pola Dasar Teori Perilaku Konsumen**

Gambar di atas memperlihatkan bahwa perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya bentuk interaksi antara faktor-faktor lingkungan di satu pihak, individu di lain pihak. Beberapa pengertian perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk proses pengambilan keputusan.

Hawkins *et al.*, (1992) dalam Simamora (2002), menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sebagai berikut :

1. Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan keluarga.
2. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
3. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, dengan siapa, kapan, oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga termasuk variabel-variabel yang tidak diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi,

persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif, dan apa yang mereka rasakan tentang pemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

### 2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku adalah fungsi individu dengan lingkungan. Demikian juga dalam model perilaku konsumen, keadaan lingkungan dan individu yang bersangkutan memegang peranan penting dalam menentukan perilakunya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berbeda bagi masing-masing konsumen, pada dasarnya perilaku konsumen dipengaruhi oleh :

1. Variabel eksternal yaitu kebudayaan dan faktor sosial
2. Variabel internal yaitu pribadi dan psikologis

Kotler (1994) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut :

#### 1. Faktor Eksternal

##### a. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen karena menyangkut adat dan kebiasaan yang sudah lama dilakukan. Faktor kebudayaan terdiri dari:

##### 1) Budaya

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Dalam hal ini kebudayaan bersifat kompleks yang menyangkut pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, adat istiadat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Bila makhluk-mahluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

##### 2) Sub budaya

Sub budaya yaitu kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama (Simamora, 2004). Sub budaya dapat berupa sub budaya kebangsaan, keagamaan, berdasarkan daerah atau geografis, ras, maupun sub budaya berdasarkan usia. Banyaknya sub budaya ini menjadi segmen pasar yang penting, sehingga mendorong pemasar untuk merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan sub budaya tersebut. Setiap

kebudayaan terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

### 3) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ini diukur dari kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, dan variabel lainnya (Simamora, 2004).

#### b. Faktor Sosial

##### 1) Kelompok Referensi

Kelompok anutan atau kelompok referensi merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok anutan ini merupakan kumpulan keluarga, kelompok, atau organisasi tertentu (Mangkunegara, 2002).

##### 2) Keluarga

Keluarga merupakan suatu unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian (Mangkunegara, 2002). Keluarga dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu: keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Keluarga Orientasi yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Sedangkan keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang. Keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

##### 3) Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, kelompok dan organisasi. Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat (Simamora, 2004). Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi respon konsumen, sehingga pemasar harus benar-benar memperhitungkannya untuk menyusun strategi pemasaran.

## 2. Faktor Internal

### a. Faktor Personal

#### 1) Usia dan tahap daur hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia (Simamora, 2004). Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

#### 2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi pembelian akan barang dan jasa (Simamora, 2004). Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi keperluan masing-masing konsumen dari pekerjaannya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

#### 3) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), dan kemampuan untuk meminjam. Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. Konsumen yang berpendapatan rendah memiliki perilaku yang berbeda dengan konsumen yang berpendapatan tinggi dalam memilih produk maupun jasa.

#### 4) Gaya hidup

Gaya hidup menggambarkan pola kehidupan seseorang yang bersangkutan, yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Menurut Engel (1994), gaya hidup adalah pola yang digunakan orang untuk hidup dan menghabiskan waktu serta uangnya. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.

#### 5) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian merefleksikan ciri-ciri individu bersangkutan yang akan membuat individu berbeda dengan individu lainnya (Engel, 1994).

#### b. Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Pada suatu saat tertentu orang mempunyai begitu banyak kebutuhan, salah satunya adalah yang bersifat biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan dalam keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan dan sikap.

### **2.4 Tinjauan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen**

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang mencakup tahap pemikiran tentang suatu masalah, perumusan dan pemilihan alternatif yang ada untuk mencapai sasaran yang dapat memuaskan kebutuhan individu yang dilakukan secara sadar, rasional, obyektif, dan terencana. Dalam memahami perilaku konsumen, terdapat banyak pengaruh yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk atau merek. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain. Rangsangan tersebut kemudian diproses (diolah) dalam diri, sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli melewati lima tahap, yaitu (Kotler, 2002:162) :

#### a. Pengenalan kebutuhan

Proses membeli dimulai dengan pengenalan kebutuhan dimana pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan. Timbulnya kebutuhan ini dibangkitkan melalui rangsangan internal (dari dalam dirinya sendiri, misalnya haus dan lapar yang kesemuanya menimbulkan dorongan untuk dipuaskan) dan

juga rangsangan eksternal (dari orang lain atau situasi). Dalam hal ini ada 2 komunikasi pemasaran personal (pengaruh rangsangan dari tetangga atau teman).

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang sudah terkait mungkin mencari lebih banyak informasi tetapi mungkin juga tidak. Bila dorongan konsumen kuat dan produk yang dapat memuaskan ada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan akan membelinya. Bila tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan tersebut. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber. sumber-sumber informasi konsumen dibagi menjadi 4 kelompok yaitu :

1. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersial : iklan, wiraniaga, agen, kemasan, pajangan.
3. Sumber publik: media massa, organisasi penilai konsumen
4. Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, menggunakan produk.

Pengaruh relatif dari sumber informasi ini bervariasi menurut produk dan pembeli. Pada umumnya, konsumen menerima sebagian besar informasi mengenai suatu produk dari sumber komersial, yang dikendalikan oleh pemasar. Akan tetapi, sumber paling efektif cenderung sumber pribadi. Sumber pribadi tampaknya bahkan lebih penting dalam mempengaruhi pembelian jasa. Sumber komersial biasanya memberitahu pembeli, tetapi sumber pribadi membenarkan atau mengevaluasi produk bagi pembeli. Misalnya, dokter pada umumnya belajar mengenai obat baru dari sumber komersial, tetapi bertanya kepada dokter lain untuk informasi yang evaluatif.

c. Evaluasi alternatif

Tahap dari proses keputusan membeli, yaitu ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan. Konsep dasar tertentu membantu menjelaskan proses evaluasi konsumen. Pertama, kita menganggap bahwa setiap konsumen melihat produk sebagai kumpulan atribut produk. Kedua, konsumen akan memberikan tingkat arti penting berbeda terhadap atribut berbeda menurut kebutuhan dan keinginan unik masing-masing. Ketiga, konsumen mungkin akan mengembangkan satu himpunan keyakinan

merek mengenai di mana posisi setiap merek pada setiap atribut. Keempat, harapan kepuasan produk total konsumen akan bervariasi pada tingkat atribut yang berbeda. Kelima, konsumen sampai pada sikap terhadap merek berbeda lewat beberapa prosedur evaluasi. Ada konsumen yang menggunakan lebih dari satu prosedur evaluasi, tergantung pada konsumen dan keputusan pembelian. Bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif barang yang akan dibeli tergantung pada masing-masing individu dan situasi membeli spesifik. Dalam beberapa keadaan, konsumen menggunakan perhitungan dengan cermat dan pemikiran logis. Pada waktu lain, konsumen yang sama hanya sedikit mengevaluasi atau tidak sama sekali; mereka membeli berdasarkan dorongan sesaat atau tergantung pada intuisi. Kadang-kadang konsumen mengambil keputusan membeli sendiri: kadang-kadang mereka bertanya pada teman, petunjuk bagi konsumen, atau wiraniaga untuk memberi saran pembelian. Pemasar harus mempelajari pembeli untuk mengetahui bagaimana sebenarnya mereka mengevaluasi alternatif merek. Bila mereka mengetahui proses evaluasi apa yang sedang terjadi, pemasar dapat membuat langkah-langkah untuk mempengaruhi keputusan membeli.

d. Keputusan membeli

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Pada umumnya, keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Faktor pertama adalah sikap orang lain, yaitu pendapat dari orang lain mengenai harga, merek yang akan di pilih konsumen. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan. Akan tetapi peristiwa-peristiwa yang tak diharapkan bisa menambah niat pembelian.

e. Tingkah laku pasca pembelian

Tahap dari proses keputusan pembeli, yaitu konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas. Yang menentukan pembeli merasa puas atau tidak puas dengan suatu pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari produk. Bila produk tidak memenuhi harapan, konsumen merasa tidak puas,

bila memenuhi harapan konsumen merasa puas, bila melebihi harapan konsumen akan merasa puas. Konsumen mendasarkan harapan mereka pada informasi yang mereka terima dari penjual, teman dan sumber-sumber yang lain. Bila penjual melebih-lebihkan prestasi produknya, harapan konsumen tidak akan terpenuhi dan hasilnya ketidakpuasan. Semakin besar antara kesenjangan antara harapan dan prestasi, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli harus membuat pernyataan yang jujur mengenai prestasi produknya sehingga pembeli akan puas.

## 2.5 Tinjauan Teoritis Preferensi Konsumen

Faktor yang merupakan bagian dari perilaku konsumen adalah preferensi konsumen. Menurut Echolst (1997) Preferensi berasal dari bahasa Inggris, *prefer* yang berarti lebih suka atau melebihkan, sedangkan *preference* bisa diartikan pilihan. Cahyono (1996), dalam Machfudie (1998), mendefinisikan preferensi konsumen adalah suatu sikap konsumen dalam memilih-milih produk yang akan dikonsumsi berdasarkan tingkat keputusan relatif, sesuai dengan keberadaan merk atau stimuli, data tersebut diperoleh dari *rank preference*. Responden diminta untuk merangking merk-merk dari yang paling disenangi sebagai alternatif respon dan mungkin membuat perbandingan berpasangan dan mengidentifikasi merk mana dalam pasangan tersebut yang paling disukai (Maholtra, 1996).

Simatupang dan Ariani dalam Indriani (2004) mendefinisikan preferensi konsumen yaitu suatu konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cerminan dari selera pribadinya. Dalam hal ini seorang konsumen memiliki sikap berbeda-beda dalam memandang atribut yang dianggap relevan penting, dan akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat-manfaat yang dicarinya.

Preferensi konsumen terjadi pada tahap evaluasi alternatif, konsumen membentuk preferensi atas merek dalam kumpulan pilihan. Tahap evaluasi alternatif adalah tahap dimana konsumen akan menyeleksi sejumlah pilihan berdasarkan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga mendapatkan alternatif spesifik yang dirasa memenuhi keinginannya. Konsumen

mengembangkan sekumpulan keyakinan atas suatu merek membentuk citra merek. Citra merek konsumen akan berbeda-beda menurut pengalaman mereka yang disaring oleh dampak persepsi selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif. Dalam teori preferensi konsumen, seorang konsumen diasumsikan mampu membedakan semua jenis komoditi yang ia hadapi, komoditi mana yang ia pilih, komoditi yang mana saja bila dipilih dengan komoditi lainnya atau dengan kata lain dalam teori preferensi konsumen diasumsikan bahwa setiap konsumen mampu membuat daftar urutan atau *rank preference* atas semua komoditi yang dihadapinya.

Menurut Lilien, dkk dalam Simamora (2003), terdapat beberapa langkah yang harus dilalui oleh konsumen hingga membentuk preferensi, yaitu :

1. Konsumen diasumsikan untuk melihat produk sebagai sekumpulan atribut, tiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut yang relevan dengan kepentingan masing-masing.
2. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing.
3. Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
5. Konsumen selanjutnya sampai pada sikap terhadap merk yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Preferensi seorang konsumen akan berbeda dengan preferensi konsumen lainnya. Dengan kata lain preferensi konsumen bersifat subjektif. Perbedaan ini disebabkan banyak faktor, seperti faktor lingkungan sosial, lingkungan geografis, suku bangsa, jenis kelamin, status, umur, dan sebagainya (Wiranto, 1992). Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen adalah pilihan antara alternatif-alternatif berdasarkan kesenangan, kepuasan, pemenuhan, dan kegunaan yang ada. Suatu produk pada dasarnya adalah kumpulan atribut-atribut. Atribut produk dapat menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen terhadap suatu produk. Konsumen melakukan penilaian dengan melakukan evaluasi

terhadap atribut produk dan memberikan kekuatan kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh suatu produk.

## 2.6 Tinjauan Atribut Produk

### 2.6.1 Definisi Atribut

Dalam memproduksi suatu produk perusahaan akan memberikan suatu atribut-atribut yang dapat memberikan manfaat atau kegunaan pada konsumen. Suatu produk dapat dibedakan dengan produk sejenis lainnya jika dilihat dari atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut dan setiap perusahaan akan memberikan produk yang terbaik bagi konsumennya. Produk yang berbentuk barang berwujud maupun tidak berwujud, pasti memiliki atribut atau karakteristik tertentu. Atribut produk dapat berupa bentuk, merek, kemasan, jaminan, warna, label, harga, pelayanan dan sebagainya. Menurut Kotler (2004), atribut produk adalah mutu, sifat dan rancangan yang terdapat dalam suatu produk dan mempengaruhi keputusan pembelian dalam pembelian suatu produk. Gitosudarmo (1995) menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Apabila suatu produk memiliki atribut-atribut yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka produk tersebut akan dianggap cocok oleh konsumen. Pengetahuan konsumen tentang atribut yang dimiliki suatu produk berbeda untuk setiap individunya, hal ini disebabkan karena saluran informasi, tingkat ketertarikan dan tingkat pendidikan konsumen berbeda.

### 2.6.2 Variabel Atribut

Menurut Sumarwan (2004) terdapat atribut – atribut yang melekat pada produk, diantaranya meliputi :

a. Merek

Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, warna desain, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing.

b. Kemasan

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk.

c. Harga

Harga merupakan nilai suatu produk atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh keseluruhan manfaat dari produk atau jasa yang dihasilkan. Persepsi konsumen terhadap kualitas dapat dipengaruhi oleh harga tersebut. Jadi semakin tinggi harga dari suatu produk, makin tinggi pula kualitas produk yang dipersepsi oleh konsumen.

d. Pelayanan

Pelayanan produk merupakan kegiatan yang memerlukan perhatian khusus pihak manajemen karena produk itu sendiri makin lama makin canggih dan rumit. Begitu juga dengan ketidakpuasan konsumen yang semakin lama semakin meningkat sehingga perusahaan perlu lebih memperhatikan kebutuhan dan kepentingan dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

e. Kualitas (Mutu)

Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya. Yang termasuk dalam mutu produk adalah ketahanan, keandalan, ketersediaan, ketelitian, taraf kemudahan operasi dan pabrikan serta atribut-atribut lainnya yang bernilai. Dari sudut pandang pemasaran, mutu harus diukur dari segi persepsi pembeli. Banyak perusahaan menjadikan mutu sebagai senjata strategik yang ampuh. Mutu strategik menyangkut usaha memperoleh keunggulan lebih dari pesaing dengan secara konsisten menawarkan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan serta preferensi mutu konsumen.

Menurut Kotler (2001) beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) adalah:

a. Merek (*branding*)

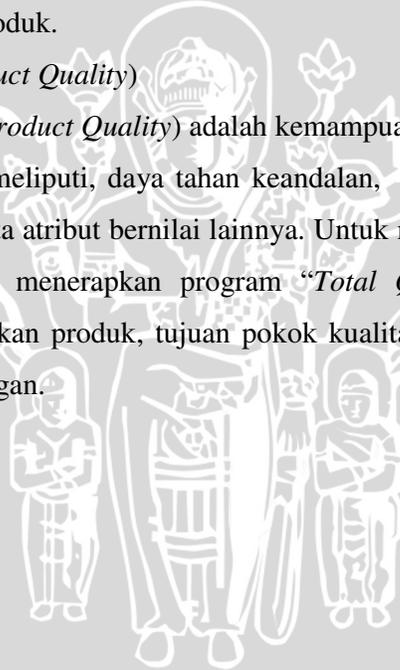
Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.

b. Pengemasan (*packing*)

Pengemasan (*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

c. Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen*". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.



### III. KERANGKA TEORITIS

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Pemupukan merupakan salah satu aspek penting dalam sistem budidaya tanaman. Begitu pula dengan keberhasilan dalam budidaya tanaman jeruk. Pemupukan bertujuan mengganti unsur hara yang hilang dan menambah persediaan unsur hara yang dibutuhkan tanaman untuk meningkatkan produksi dan mutu tanaman. Ketersediaan unsur hara yang lengkap dan berimbang yang dapat diserap oleh tanaman merupakan faktor yang menentukan pertumbuhan dan produksi tanaman (Sarif, 1986 dikutip Nyanjang Rusmana, dkk,2003). Di pasaran terdapat dua jenis pupuk yaitu pupuk an-organik dan organik. Pupuk an-organik mempunyai kandungan unsur hara yang tinggi, tetapi bila diberikan terus menerus kepada tanah akan mengakibatkan akumulasi unsur hara tertentu pada tanah yang pada akhirnya akan merusak agregat tanah seperti adanya pemadatan. Pupuk organik dapat memperbaiki struktur tanah dan sedikit menambah unsur hara, tetapi dapat membuat unsur hara yang terikat di dalam tanah menjadi tersedia untuk tanaman.

Melihat adanya fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana petani lebih memperhatikan kepentingan sesaat daripada kepentingan jangka panjang, dapat menimbulkan dampak negative bagi kehidupan dan lingkungan. Pemakaian pupuk an-organik terutama dalam jumlah yang berlebihan di atas takaran rekomendasi selama ini sudah mulai memberikan dampak lingkungan yang negatif. Petani menganggap penggunaan pupuk organik tidak memberikan mafaat jangka pendek, namun dalam hal ini untuk jangka panjang dapat memberikan manfaat melalui pelestarian sumberdaya lahan dan produktivitasnya. Akibat dari kemiskinan petani, mereka lebih mengutamakan hasil panen yang tinggi setiap musim tanam daripada kelestaian sumber daya lahan dan keberlanjutan produksi untuk kepentingan generasi mereka berikutnya.

Mengubah paradigma petani terhadap penggunaan pupuk organik yang lebih memberikan banyak manfaat dalam jangka panjang tidaklah mudah. Dalam hal ini peran dari produsen pupuk organik sangat dibutuhkan. Dengan melihat adanya peluang ini seharusnya produsen pupuk organik dapat menciptakan suatu

produk yang sesuai dengan harapan petani. yang mana nantinya dapat merubah persepsi petani terhadap pupuk organik.

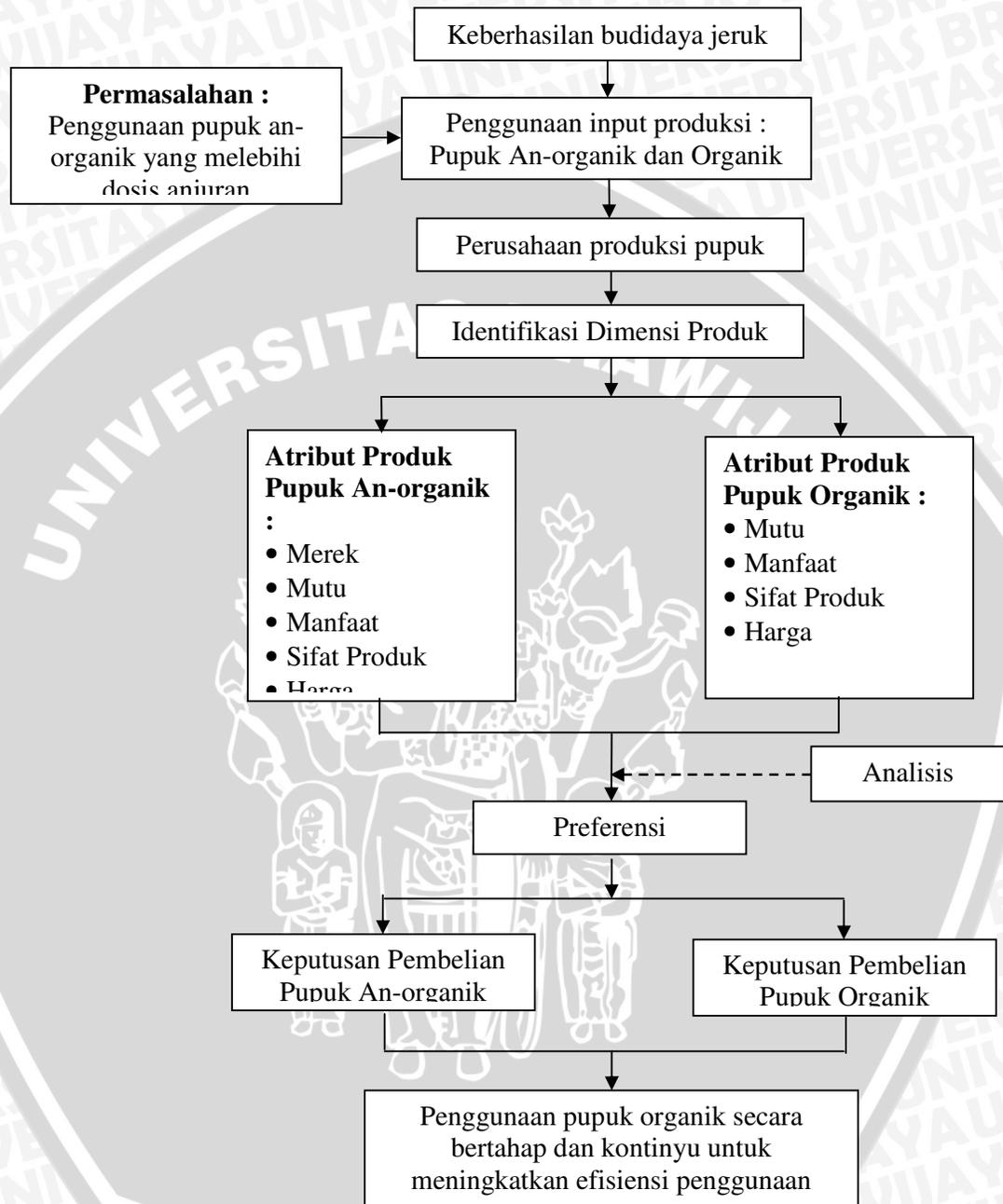
Banyaknya perusahaan yang memproduksi pupuk baik itu pupuk an-organik maupun pupuk organik, dapat menimbulkan preferensi (pilihan) petani jeruk di Desa Selorejo terhadap penggunaan produk pupuk. Dalam hal ini preferensi merupakan bagian dari perilaku yang sangat mempengaruhi penetapan pilihan konsumen yaitu petani jeruk yang mana mereka akan membandingkan antara pupuk an-organik dengan pupuk organik. Perbandingan produk tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan atribut-atribut produk pupuk yang ada. Mereka akan memilih produk pupuk an-organik maupun pupuk organik yang sesuai dengan keinginan mereka, berdasarkan atribut-atribut produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan dan berdasarkan pendapat mereka.

Unsur-unsur yang ada pada produk pupuk an-organik terdapat lima variabel dari dimensi produk yaitu merek (loyalitas merek dan nama perusahaan) yang akan membantu petani dalam mengidentifikasi pupuk, mutu (tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu) yang akan membantu petani dalam mengidentifikasi pupuk, manfaat (hasil panen dan ramah lingkungan) keuntungan yang didapat petani setelah menggunakan pupuk, sifat produk (unsur zat hara mikro/makro dan dosis penggunaan) yang merupakan ciri khusus produk pada pupuk, harga (perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga) yang merupakan nilai dari suatu produk pupuk yang harus dikeluarkan oleh petani serta layanan pelengkap (ketersediaan produk, kemudahan mendapatkan informasi dan promosi produk) yang dapat membantu petani dalam mendapatkan produk. Sedangkan pada pupuk organik yaitu pertama variabel mutu meliputi atribut tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu, kedua variabel mutu yang terdiri dari atribut hasil panen dan ramah lingkungan, ketiga variabel sifat produk yang terdiri dari atribut unsur zat hara mikro/makro dan dosis penggunaan dan dan yang terakhir variabel harga yang terdiri dari atribut perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga.

Adanya atribut produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan pupuk tersebut, merupakan salah satu pemberian pengaruh keputusan pembelian dan penggunaan petani jeruk dalam memilih produk mana yang sesuai dengan

keinginan dan kebutuhan mereka. Keputusan akhir pembelian dan penggunaan didapat jika petani jeruk bersikap positif terhadap produk tersebut. Jadi pada dasarnya, atribut-atribut produk tersebut sangat mempengaruhi petani dalam membeli suatu produk. Untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli pupuk an-organik ataupun pupuk organik dengan menggunakan analisis faktor.

Seperti halnya dalam penelitian terdahulu, telah membuktikan bahwa atribut produk sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk memilih dan membeli suatu produk. Di dalam penelitian Afriana (2010) yang berjudul “Analisis Preferensi Petani Jagung terhadap Insektisida *Seed Treatment* (Studi Kasus di Desa Kedungmalang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri)” menyimpulkan bahwa faktor seperti merek, mutu, harga, sifat produk dan kemasan dipertimbangkan secara bersama-sama oleh petani di Desa Kedungmalang dalam memilih insektisida *seed treatment*. Faktor merek dan mutu merupakan faktor utama yang dipertimbangkan petani dalam melakukan pembelian insektisida *seed treatment*, karena total varian faktor merek dan mutu mempunyai nilai eigen yang paling tinggi. Dalam hal ini petani di Desa Kedungmalang merasa puas terhadap suatu merek insektisida *seed treatment* karena keinginan dan kebutuhannya telah terpenuhi. Jadi dengan mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan petani dalam menggunakan pupuk, nantinya dapat menjadi acuan bagi suatu perusahaan khususnya bagi perusahaan yang memproduksi pupuk organik agar dapat meningkatkan atribut-atribut produk dengan lebih baik lagi, seperti mutu produk, sifat produk serta harga. Sehingga nantinya petani jeruk di Desa Selorejo akan lebih tertarik untuk menggunakan pupuk organik buatan perusahaan dengan harapan penggunaan pupuk organik akan dilakukan secara bertahap dan kontinyu agar dapat meningkatkan efisiensi penggunaan pupuk kimia. Dengan ini hasil pertanian pada tanaman jeruk semakin berkualitas dan tanah pertanian menjadi tetap sehat. Berdasarkan uraian di atas maka dapat diringkas dalam sebuah skema kerangka pemikiran berikut ini :



→ = Alur Kerangka Pemikiran  
 - - - - -> = Alat Analisis yang Digunakan

**Skema 2. Kerangka Pemikiran Analisis Persepsi dan Preferensi Petani Jeruk Terhadap Pupuk An-organik dan Pupuk Organik**

### 3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap seluruh masalah penelitian yang masih harus dibuktikan yaitu :

1. Diduga bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih produk pupuk adalah merek, mutu, manfaat, sifat produk, harga dan layanan pelengkap.
2. Diduga bahwa faktor merek, mutu dan manfaat merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo.

### **3.3 Batasan Masalah**

1. Perilaku konsumen yang diteliti dalam hal ini hanya terbatas mengenai preferensi petani jeruk terhadap pupuk an-organik dan pupuk organik yang dilakukan di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.
2. Responden yang diambil sebagai sampel adalah petani jeruk karena sebagian besar petani di Desa Selorejo berusahatani jeruk.
3. Atribut produk yang akan diteliti adalah variabel merek (loyalitas merek dan nama perusahaan), mutu (tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu), manfaat (hasil panen dan ramah lingkungan), sifat produk (unsur zat hara mikro/makro dan dosis penggunaan), harga (perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga) serta layanan pelengkap (ketersediaan produk, kemudahan mendapatkan informasi dan promosi produk).

### **3.4 Skala Pengukuran dan Identifikasi Variabel Penelitian**

#### **3.4.1 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan atas tanggapan petani jeruk adalah skala likert, yaitu menilai pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Masalah tersebut menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan atribut produk yang mempengaruhi petani dalam menggunakan pupuk an-organik dan

pupuk organik. Skala dilihat dari yang sangat mempengaruhi hingga tidak mempengaruhi, dengan skor :

- 5 = sangat mempengaruhi
- 4 = mempengaruhi
- 3 = netral
- 2 = tidak mempengaruhi
- 1 = sangat tidak mempengaruhi

Petani jeruk di Desa Selorejo memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan. Poin rendah mencerminkan bahwa indikator variabel tersebut memiliki pengaruh yang sedikit dan sebaliknya *poin* tinggi mencerminkan bahwa indikator variabel tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap penggunaan pupuk anorganik dan pupuk organik.

### 3.4.2 Identifikasi Variabel Penelitian

#### A. Variabel Pupuk An-organik

1. Faktor Merek
  - a. Variabel loyalitas merek ( $X_1$ )
  - b. Variabel nama perusahaan ( $X_2$ )
2. Faktor Mutu
  - a. Variabel tingkat mutu ( $X_3$ )
  - b. Variabel kepuasan terhadap mutu ( $X_4$ )
3. Faktor Manfaat
  - a. Variabel hasil panen ( $X_5$ )
  - b. Variabel ramah lingkungan ( $X_6$ )
4. Faktor Sifat Produk
  - a. Variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ )
  - b. Variabel dosis penggunaan ( $X_8$ )
5. Faktor Harga
  - a. Variabel perubahan harga ( $X_9$ )
  - b. Variabel perbandingan harga ( $X_{10}$ )
  - c. Variabel persepsi harga ( $X_{11}$ )

5. Faktor Layanan Pelengkap
  - a. Variabel ketersediaan memperoleh produk ( $X_{12}$ )
  - b. Variabel kemudahan mendapatkan informasi ( $X_{13}$ )
  - c. Variabel promosi produk ( $X_{14}$ )

#### **B. Variabel Pupuk Organik**

1. Faktor Mutu
  - a. Variabel tingkat mutu ( $X_1$ )
  - b. Variabel kepuasan terhadap mutu ( $X_2$ )
2. Faktor Manfaat
  - a. Variabel hasil panen ( $X_3$ )
  - b. Variabel ramah lingkungan ( $X_4$ )
3. Faktor Sifat Produk
  - a. Variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_5$ )
  - b. Variabel dosis penggunaan ( $X_6$ )
4. Faktor Harga
  - a. Variabel perubahan harga ( $X_7$ )
  - b. Variabel perbandingan harga ( $X_8$ )
  - c. Variabel persepsi harga ( $X_9$ )

### **3.5 Definisi Operasional**

1. Preferensi adalah kecenderungan petani jeruk di Desa Selorejo dalam memilih pupuk yang akan dibeli dan digunakan. Preferensi mencakup rasa suka dan tidak suka terhadap pupuk an-organik maupun pupuk organik.
2. Keputusan penggunaan pupuk adalah suatu tindakan petani jeruk di Desa Selorejo dalam memutuskan untuk menggunakan pupuk an-organik maupun pupuk organik.
3. Pupuk an-organik adalah pupuk hasil proses rekayasa secara kimia, fisik atau biologis dan merupakan hasil industri atau pabrik pembuat pupuk. Pupuk an-organik berfungsi untuk memenuhi kebutuhan unsur hara makro yang dibutuhkan dalam jumlah banyak dan mutlak guna meningkatkan hasil panen

jeruk. Pupuk an-organik yang dibutuhkan tanaman jeruk dan yang digunakan oleh petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pupuk urea, NPK, TSP, KCL dan ZA.

4. Pupuk organik adalah pupuk yang sebagian besar atau seluruhnya terdiri dari bahan organik yang berasal dari tanaman atau hewan yang telah melalui proses rekayasa, dapat dibentuk padat atau cair yang digunakan untuk mensuplai bahan organik, memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologi tanah. Pupuk organik yang digunakan oleh petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pupuk kandang yang berasal dari kotoran hewan ternak seperti ayam, sapi dan kambing. Selain itu juga petani jeruk menggunakan pupuk organik buatan perusahaan seperti pupuk tabur Petroganik, pupuk cair POMI dan NASA.
6. Atribut adalah komponen-komponen yang melekat pada produk pupuk an-organik dan pupuk organik yang merupakan karakteristik suatu produk. Dalam penelitian ini atribut yang dimaksud dibatasi pada merek (loyalitas merek dan nama perusahaan) yang akan membantu petani dalam mengidentifikasi pupuk, mutu (tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu) yang akan membantu petani dalam mengidentifikasi pupuk, sifat produk (unsur zat hara mikro/makro, hasil panen, dosis penggunaan dan ramah lingkungan) yang merupakan ciri khusus produk pada pupuk, harga (perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga) yang merupakan nilai dari suatu produk pupuk yang harus dikeluarkan oleh petani serta layanan pelengkap (ketersediaan produk, kemudahan mendapatkan informasi dan promosi produk) yang dapat membantu petani dalam mendapatkan produk.
7. Merek adalah identitas pupuk an-organik dan pupuk organik yang diberikan perusahaan yang mencakup nama, simbol atau logo perusahaan. Atribut merek yang diteliti meliputi loyalitas merek dan nama perusahaan.
8. Loyalitas merek adalah sikap positif petani jeruk di Desa Selorejo terhadap suatu merek pupuk, dimana petani memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merek pupuk yang sama pada saat sekarang maupun masa datang.
9. Nama perusahaan adalah perusahaan tempat merek pupuk ini diproduksi. Nama Perusahaan pupuk yang biasanya digunakan petani jeruk di Desa Selorejo yaitu PT.Petrokimia Gresik, PT.Yamindo dan PT.Kaltim.

10. Mutu adalah kesesuaian atau kecocokan dengan spesifikasi dan standar dimana mutu pupuk yang bagus dapat memuaskan keinginan, kebutuhan, dan harapan petani jeruk di Desa Selorejo. Atribut mutu yang diteliti meliputi tingkat mutu terhadap produk serta kepuasan terhadap mutu.
11. Tingkat mutu adalah keunggulan suatu produk pupuk yang berkaitan dengan apa yang diharapkan petani jeruk di Desa Selorejo.
12. Kepuasan terhadap mutu adalah terpenuhinya keinginan dan kebutuhan petani jeruk di Desa Selorejo terhadap suatu merek pupuk an-organik dan pupuk organik.
13. Manfaat adalah keuntungan yang didapatkan petani jeruk di Desa Selorejo setelah menggunakan pupuk an-organik dan organik. Manfaat yang dirasakan petani jeruk seperti hasil panen (produksi) pada tanaman jeruk serta sifat pupuk yang ramah terhadap lingkungan.
14. Hasil panen adalah hasil produksi jeruk yang diperoleh dari penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik, dinyatakan dalam satuan kg/ha.
15. Ramah lingkungan adalah produk pupuk yang digunakan tidak menimbulkan dampak yang berbahaya bagi lingkungan. Pupuk organik termasuk dalam produk pupuk yang ramah lingkungan.
16. Sifat produk adalah serangkaian kesan atau karakteristik yang didapatkan petani jeruk di Desa Selorejo dalam pembedaan pupuk yang satu dengan produk pupuk lainnya. Karakteristik produk pupuk yaitu meliputi unsur zat hara makro/mikro pada pupuk dan dosis penggunaan pupuk.
17. Unsur zat hara adalah senyawa organik dan an-organik yang ada di dalam tanah atau dengan kata lain nutrisi yang terkandung dalam tanah. Unsur Hara Makro adalah unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman jeruk dalam jumlah besar, sedangkan unsur hara mikro adalah unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman dalam jumlah kecil / sedikit. Unsur zat hara makro/mikro yang dibutuhkan oleh tanaman jeruk berasal dari pupuk an-organik dan organik.
18. Dosis penggunaan adalah jumlah pupuk yang dibutuhkan untuk penambahan unsur zat hara per satuan luas lahan jeruk, dinyatakan dalam satuan kg/ha.

19. Perubahan harga adalah reaksi petani jeruk di Desa Selorejo terhadap kenaikan atau penurunan sejumlah uang yang harus dibayar pada produk pupuk, dinyatakan dalam satuan Rp.
20. Perbandingan harga adalah usaha petani jeruk di Desa Selorejo untuk membandingkan harga pupuk yang satu dengan pupuk lainnya, dinyatakan dalam satuan Rp.
21. Persepsi harga adalah persepsi (anggapan) petani jeruk di Desa Selorejo terhadap kesesuaian antara kualitas pada pupuk dengan harga yang harus dibayar, dalam satuan Rp.
22. Ketersediaan produk adalah kontinuitas keberadaan produk pupuk an-organik di pasaran pada jumlah dan waktu yang diinginkan oleh petani jeruk di Desa Selorejo.
23. Kemudahan mendapatkan informasi adalah kemampuan unsur jasa, baik itu pihak toko, petugas, dan kalangan petani dalam memberikan informasi mengenai produk pupuk an-organik kepada petani jeruk di Desa Selorejo.
24. Promosi produk adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya agar petani jeruk di Desa Selorejo tertarik dan membeli pupuk.

#### IV. METODE PENELITIAN

##### 4.1 Metode Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja), yakni di Desa Selorejo Kecamatan Dau. Pemilihan daerah tersebut dengan pertimbangan Desa Selorejo merupakan salah satu sentra penanaman jeruk di Kabupaten Malang dan dijadikan sebagai agrowisata petik jeruk. Selain itu juga didasarkan pada keterangan dari Dinas Pertanian Kabupaten Malang bahwa desa tersebut memiliki potensi sumber daya pertanian yang besar untuk membudidayakan dan memasarkan jeruk manis daripada desa-desa lain yang ada di Kabupaten Malang. Sehingga dapat dikatakan bahwa tempat tersebut dapat mewakili sebagai tempat penelitian karena responden sesuai kebutuhan penelitian.

##### 4.2 Metode Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani di Desa Selorejo Kecamatan Dau yang menggunakan pupuk an-organik dan pupuk organik dalam berusahatani jeruk manis. Penelitian ini menggunakan metode survei yang merupakan upaya pengumpulan informasi dari sebagian populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tertentu dengan menggunakan teknik kuesioner (angket). Populasi petani jeruk yaitu 1885. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *simple random sampling* dimana responden yang dipilih memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (homogen). Homogen yang dimaksud adalah varietas jeruk yang dibudidayakan petani di Desa Selorejo yaitu varietas jeruk manis. Kemudian banyaknya sampel yang diambil berdasarkan rumus Slovin dalam Simamora (2002), menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana :

$n$  : ukuran sampel

$N$  : ukuran populasi

$e$  : tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir digunakan 15 %

$$\begin{aligned}n &= \frac{1885}{\Gamma + 1885 (0,0225)} \\n &= \frac{1885}{43,4125} \\n &= \underline{43,42}\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas didapatkan responden sebanyak 43 petani dengan batas kesalahan ditaksir 15%.

### 4.3 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden terpilih dengan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi, literature dan informasi yang berkaitan dengan objek penelitian dengan metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi atau studi literatur. Pengumpulan kedua data ini dilakukan dengan metode :

1. Metode Wawancara, yaitu dilakukan dengan menggali informasi secara langsung kepada responden melalui tanya jawab lisan. Wawancara dilengkapi dengan instrumen kuisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Kuisioner merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang berhubungan dengan profil responden dan variabel yang akan diuji dan dibagikan kepada responden dan pihak lain yang terkait.

2. Metode Dokumentasi atau studi literatur, dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari beberapa dokumen baik tertulis atau tidak dari instansi-instansi dan lembaga-lembaga terkait.

#### **4.4 Metode Analisis Data**

##### **4.4.1 Analisis Data Kualitatif**

Analisis secara kualitatif dilakukan dengan metode deskriptif. Menurut Malhotra (1996) analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sesuatu seperti karakteristik pasar ataupun fungsionalnya. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran data yang diperoleh, yaitu dengan mendeskripsikan melalui kata-kata ataupun kalimat yang sistematis mengenai fenomena dan hubungan yang diteliti serta karakteristik petani selaku responden. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana preferensi petani terhadap pupuk an-organik dan pupuk organik di Desa Selorejo.

##### **4.4.2 Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif digunakan supaya lebih mudah dalam menyimpulkan berbagai tujuan dengan tingkat kepercayaan yang dapat di pertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif adalah sebuah metode untuk mengidentifikasi atribut produk yang mempengaruhi petani serta bagaimana preferensi mereka terhadap pupuk an-organik dan pupuk organik. Metode analisis kuantitatif yang sesuai untuk menjawab tujuan pertama dan kedua dari penelitian meliputi analisis- analisis sebagai berikut :

##### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen penelitian dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau instrumen mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Simamora, 2004). Tahapan dalam menguji kevalidan kuisisioner adalah:

1. Merumuskan tentang konsep yang akan diukur dari literatur yang ditulis para ahli. Konsep yang akan diukur hendaknya dijabarkan terlebih dahulu sehingga operasionalnya dapat dilakukan.
2. Melakukan uji coba pengukur kepada sejumlah responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Responden disini yaitu petani jeruk di Desa Selorejo.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r = \frac{[N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)]}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- r = Nilai korelasi Pearson Product Moment X dan Y  
n = Jumlah responden  
X = Skor dari tiap atribut atau pertanyaan  
Y = Skor total atribut

Apabila koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar atau sama dengan koefisien dari tabel nilai kritis r yaitu pada taraf signifikan 5%, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid (Singarimbun, 1995). Taraf signifikan atau  $\alpha$  sebesar 5% berarti hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 95%. Hipotesis yang diuji dalam analisis ini adalah :

- Ho : Tidak terdapat hubungan antar pertanyaan  
H1 : Terdapat hubungan antar pertanyaan

Keputusan yang diambil adalah jika nilai korelasi *Product Moment* > angka kritis, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Sehubungan dengan ketentuan tersebut, dengan demikian uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis yang menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya, dengan menggunakan prosedur statistik *Pearson's Product Moment Corelation* dengan taraf signifikansi 5 % dan dengan bantuan program SPSS.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengujian secara reliabilitas instrument dilakukan dengan menguji skor antara item dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien sebesar 0,6 atau lebih (Umar, 2003). Menurut Arikunto (1993) tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *alpha* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Arikunto (1993)

$$r_{jj} = [k / (k-1)] [1 - (\sum \sigma_b^2 / \sigma_t^2)] \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- $r_{jj}$  = reliabilitas instrument
- $k$  = banyaknya soal kuisioner
- $\sigma_b^2$  = jumlah varian butir
- $\sigma_t^2$  = jumlah varian total

Disamping itu dapat pula dihitung dari nilai  $r$  (korelasi *product moment*), yang kemudian dimasukkan dalam formula Spearman Brown, yakni :

$$R = \frac{2r}{1+r} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

- $r$  = Nilai korelasi
- $R$  = Nilai

Maka bila nilai R hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat  $\alpha$  tertentu, maka data dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi (Juliandi, 2007).

Dalam penelitian ini validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dilakukan dengan cara memasukkan butir-butir hasil jawaban responden untuk masing-masing variabel ke dalam perhitungan *Reliability Analysis* program SPSS.

### 3. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah analisis yang mensyaratkan adanya keterkaitan antara item atau variabel pupuk an-organik maupun pupuk organik. Pada prinsipnya analisis faktor digunakan untuk menyederhanakan hubungan yang beragam dan kompleks pada variabel yang diamati dengan menyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada struktur data yang baru yang mempunyai set faktor lebih kecil. Analisis faktor dalam penelitian ini dipakai untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan pupuk an-organik atau pupuk organik. Adapun tujuan analisis faktor adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui keeratan hubungan antar variabel dalam pembentukan sejumlah faktor.
2. Mengidentifikasi terjadinya kelompok-kelompok variabel (faktor) yang dapat menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel yang diteliti.
3. Menentukan faktor yang tepat untuk masing-masing variabel melalui rotasi faktor (*faktor rotation*).
4. Menyajikan interpretasi atau penjelasan dari faktor yang sudah terbentuk, adapun yang perlu diperhatikan sebelum interpretasi adalah penghitungan skor faktor yang paling mempengaruhi dan memilih variasi faktor yang terbentuk melalui struktur *loading*, komunalitas dan total varian.
5. Pembentukan model analisis faktor yang sebenarnya.

Secara sistematis, model analisis faktor dapat disajikan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + v_iu_i \quad \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

- $X_i$  = variabel standar ke-i
- $A_{ij}$  = koefisien *loading* dari variabel i pada faktor umum j
- F = faktor umum (*common faktor*)
- $v_i$  = koefisien standar *loading* dari variabel i pada faktor khusus i
- $u_i$  = koefisien khusus bagi variabel i
- m = jumlah m faktor umum (*common faktor*)

Faktor-faktor khusus tidak berhubungan satu sama lain dan tidak berkorelasi dengan faktor umum, sedangkan faktor-faktor umum itu sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linear yang akan diteliti.

Rumus matematisnya adalah sebagai berikut :

$$F_1 = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_{ik} \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan :

- $F_1$  = estimasi faktor *loading* ke-i
- W = koefisien bebas nilai faktor
- K = jumlah variabel pada pupuk an-organik ataupun pupuk organik

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisis faktor adalah sebagai berikut :

**A. Uji interdependensi variabel-variabel**

Uji interdependensi variabel adalah pengujian apakah antar variabel satu dengan variabel yang lain pada pupuk an-organik atau pupuk organik memiliki keterkaitan atau tidak. Apakah terdapat variabel tertentu yang hampir tidak punya korelasi dengan variabel lain yang dapat dikeluarkan dari analisis. Pengujian dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (MSA), nilai KMO (Keiser-Meyer-Olkin) dan hasil uji Bartlett.

a. Uji Kecukupan Sampling / *Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

MSA merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada saling terkait. Nilai MSA berkisar antara 0-1, dengan kriteria sebagai berikut :

- $MSA = 1$ , variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
  - $MSA > 0,5$ , variabel bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
  - $MSA < 0,5$ , variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya.
- b. Uji Keiser-Meyer-Olkin (KMO)

Uji Keiser-Meyer-Olkin (KMO) digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang dipakai cukup mewakili. Dalam hal ini nilai KMO harus lebih besar dari 0,5 Terdapat pedoman ukuran KMO yang disarankan oleh Keiser dan Rice, yang ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. Ukuran Ketepatan Kaiser-Meyer-Oklin**

Ukuran KMO	Rekomendasi
0,9	Baik sekali
0,8	Baik
0,7	Sedang
0,6	Cukup
0,5	Kurang
<0,5	Ditolak

Sumber : Sharma (1996) dalam Megasavitri (2008)

c. Uji Bartlett

Uji Bartlett merupakan uji statistik untuk menaksir apakah matriks korelasi cukup tepat digunakan dalam analisis faktor. Uji ini mempunyai keakuratan atau signifikansi yang tinggi ( $p < 0,00000$ ), dimana uji bartlett ini memberikan implikasi bahwa matriks korelasi cocok untuk analisis faktor.

Hasil uji Bartlett merupakan hasil uji atas hipotesis :

$$H_0 = \text{Matriks Korelasi} = \text{Matriks identitas}$$

$$H_1 = \text{Matriks Korelasi} \neq \text{Matriks identitas}$$

Adapun identitas untuk signifikansi secara umum adalah :

$$\text{Angka signifikansi} > 0,05, \text{ maka terima } H_0$$

$$\text{Angka signifikansi} < 0,05, \text{ maka tolak } H_0$$

Penolakan terhadap  $H_0$  dapat dilakukan dengan 2 cara :

$$\text{Nilai uji Bartlett} > \text{tabel } Chi\text{-Square}$$

$$\text{Nilai signifikansi} < \text{taraf signifikansi } 5\%$$

## B. Ekstraksi faktor

Ekstraksi faktor menggunakan metode *principal component analysis* (PCA), dalam metode ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang dapat memaksimalkan persentase varian yang mampu dijelaskan oleh model. Hasil ekstraksi adalah faktor-faktor dengan jumlah yang sama dengan jumlah variabel-variabel yang diekstraksi. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel dengan alternatif sebagai berikut :

- a. Faktor dengan *eigen value*  $> 1$
- b. Faktor dengan persentase varian  $> 5\%$
- c. Faktor dengan persentase varian kumulatif  $60\%$

Variabel-variabel pupuk an-organik dan pupuk organik yang dianalisis dalam penelitian ini pada mulanya telah dikelompokkan secara teoritis ke dalam sejumlah faktor, namun untuk penentuan jumlah faktor yang dianalisis dan diinterpretasi selanjutnya didasarkan pada hasil analisis tahap ini.

## C. Faktor sebelum rotasi

Pada tahap ini didapatkan matrik faktor, merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien (faktor *loading*) yang signifikan ( $< 0,5$ ) pada setiap model faktor dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk. Bila pada ekstraksi faktor dihasilkan statistik awal, maka pada tahap ini dihasilkan statistik akhir yang memuat nilai komunalitas. Nilai komunalitas pada statistik akhir dapat mengalami penurunan bila dilakukan pembatasan jumlah faktor yang dianalisis. Nilai komunalitas harus lebih dari 0,5 setelah mengalami penurunan. Bila hal ini tidak terpenuhi maka dapat dijadikan alasan untuk menghilangkan variabel dari proses.

## D. Rotasi faktor

Rotasi faktor dilakukan karena model awal yang diperoleh dari matriks faktor sebelum dilakukan rotasi masih belum menerangkan struktur data yang sederhana, sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Dalam hal ini hasil

penyederhanaan faktor dalam matriks faktor memperlihatkan hubungan antara faktor terbentuk pada pupuk an-organik dan pupuk organik dengan variabel, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Dengan menggunakan rotasi faktor matriks, matriks faktor ditransformasikan ke dalam matriks yang lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Sebuah variabel dikatakan tidak dapat diinterpretasikan atau tidak mewakili satu faktor karena tidak memiliki faktor *loading*  $\geq 0,5$  pada satu faktor. Dalam penelitian ini digunakan rotasi varimax.

### E. Uji validitas dan reliabilitas model faktor

Pengujian validitas pada model faktor dilakukan untuk melihat seberapa besar korelasi antara faktor satu dengan yang lain yang menjadi pembentuk variabel. Jika ditemukan korelasi yang cukup kuat diantara faktor-faktor pembentuk maka faktor tersebut dinyatakan memang sebagai pembentuk variabel. Suatu faktor dikatakan valid, jika seluruh faktor loading yang dimilikinya  $> 0,5$ .

Kelompok variabel yang mewakili sebuah faktor perlu diuji tingkat reliabilitas yang dicapai. Reliabilitas model faktor menerangkan apakah analisis faktor dapat diandalkan atau dapat memberikan hasil model faktor yang tidak berbeda bila dilakukan kembali dengan subyek yang sama. Perhitungan reliabilitas model faktor menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Kim dan Mueller (1995) sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

$\alpha$  = *alpha Cronbach* (koefisien Reabilitas)

k = jumlah variabel

$h^2$  = rata-rata komunalitas baru

Jika koefisien reliabilitas ( $\alpha$ )  $>$  koefisien pembanding, maka dapat dilakukan kelompok variabel yang mendukung sebuah faktor relatif konsisten bila pengukuran diulang dua kali atau lebih.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian

#### 5.1.1 Kondisi Geografis Dan Batas Administrasi

Lokasi penelitian berada di Desa Selorejo yang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Desa Selorejo terdiri dari tiga dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Selokerto, dan Dusun Gumuk. Secara umum Desa Selorejo memiliki luas wilayah 2544,676 Ha yang terletak pada ketinggian 800 - 1200 meter diatas permukaan air laut dengan suhu rata-rata harian 22°C. Topografi perbukitan seluas 333,27 ha. Curah hujan rata-rata per tahun adalah sebesar 1100 mm. Kesuburan tanah di Desa Selorejo berada pada tingkat subur dengan luas 230,5 ha dan sangat subur dengan luas 39,97 ha. Desa Selorejo terdiri dari 20 RT dan 6 RW. Berikut batas wilayah Desa Selorejo adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara	: Desa Gadingkulon
Sebelah Selatan	: Desa Petungsewu
Sebelah Barat	: Kawasan perhutanan
Sebelah Timur	: Desa Tegalweru

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Desa Selorejo merupakan wilayah yang sesuai untuk syarat tumbuh tanaman jeruk manis karena didukung dengan agroekologi yang cocok untuk budidaya tanaman jeruk manis.

#### 5.1.2 Keadaan Topografi

Lahan yang ada di Desa Selorejo berdasarkan penggunaannya dapat dibedakan menjadi pemukiman umum, sawah irigasi, ladang/tegalan, perkebunan rakyat, hutan, dan bangunan. Luas Desa Selorejo yang terbagi atas tiga dusun, yaitu Dusun Krajan, Dusun Selokerto, dan Dusun Gumuk adalah 2685,2ha. Secara lebih terperinci distribusi penggunaan lahan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5. Luas Lahan Berdasarkan Penggunaan di Desa Selorejo**

No	Penggunaan Lahan	Luas (ha)	Persentase (%)
1	Permukiman Umum	39,8	1,48
2	Ladang/tegalan	26,7	0,99
3	Irigasi Teknis	5,0	0,18
4	Perkebunan Rakyat	521	19,4
5	Hutan		
	a. Hutan Lindung	1383,8	51,53
	b. Hutan Rakyat	7,7	0,28
	c. Hutan Produksi	675,1	25,14
	d. Hutan Konversi	1,5	0,05
6	Bangunan (Perkantoran, sekolah dan jalan	24,6	0,92
<b>Total Luas Lahan</b>		<b>2685,2</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

Pada Tabel 5 diketahui bahwa sebagian besar alokasi lahan yang ada di Desa Selorejo adalah area hutan yang sebagian besar merupakan hutan lindung yang dikelola perhutani. Terlihat dari total alokasi lahan yang mencapai 2068,1 ha atau 77%. Luasan lahan pada Area perkebunan rakyat yang ada di Desa Selorejo sebesar 512 atau 19,4% digunakan untuk menanam tanaman jeruk. Hal ini menunjukkan bahwa daerah penelitian memang cocok digunakan sebagai lahan pertanian khususnya pada tanaman jeruk karena ditunjang oleh keadaan alam yang subur untuk tanaman dataran tinggi.

### 5.1.3 Tata Guna Lahan

Keadaan pertanian yang dimiliki Desa Selorejo berdasarkan pendataan profil desa, penggunaan lahan banyak digunakan untuk menanam tanaman palawija, padi, dan buah-buahan. Desa Selorejo dijadikan sebagai sentra penanaman jeruk di Kabupaten Malang dan dijadikan sebagai agrowisata petik jeruk. Secara rinci penggunaan lahan di Desa Selorejo yang digunakan untuk tanaman pangan dan hortikultura atau komoditi disajikan dalam tabel 6.

Berdasarkan tabel 6, tata guna lahan di Desa Selorejo Kecamatan Dau diketahui bahwa luas lahan sebagian besar dimanfaatkan untuk tanaman jeruk yaitu 489 Ha. Varietas tanaman jeruk di Desa Selorejo yaitu jeruk Manis. Yang

paling kecil adalah penggunaan lahan untuk usahatani kacang tanah dan jahe yaitu masing-masing seluas 4 hektar atau 1,47% dari total lahan pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Selorejo merupakan kawasan atau wilayah yang sangat berpotensi untuk dijadikan sentra wilayah usahatani khususnya untuk tanaman jeruk karena didukung dengan agroekologi yang cocok untuk budidaya tanaman jeruk manis. Keberhasilan sebagian besar petani dalam berusahatani jeruk manis menyebabkan petani hanya berkonsentrasi pada pengembangan komoditas jeruk manis.

**Tabel 6. Luas Lahan Berdasarkan Komoditi di Desa Selorejo**

No	Komoditi	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Jagung	12	2,3
2	Padi sawah	5	0,95
3	Kacang tanah	4	0,76
4	Jeruk	489	93,85
5	Jahe	4	0,95
6	Alpukat	7	1,34
<b>Total</b>		<b>521</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

## 5.2 Keadaan Demografi Daerah Penelitian

### 5.2.1 Jumlah Penduduk

Sumberdaya manusia berperan penting dalam pembangunan suatu wilayah. Jumlah penduduk Desa Selorejo tahun 2010 tercatat sebanyak 3283 orang yang tersebar di tiga dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Selokerto, dan Dusun Gumuk. Jumlah keluarga di Desa Selorejo tercatat sebanyak 1005 kepala keluarga (KK). Dari jumlah 3283 tersebut, 1650 orang merupakan penduduk laki-laki dan sisanya sebanyak 1633 orang merupakan penduduk perempuan. Bila dilihat dari perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan, lebih banyak penduduk perempuan meskipun dengan selisih yang tidak terlalu banyak yaitu sebanyak 17 jiwa. Berikut tabel jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Selorejo pada tahun 2010.

**Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	1.650	50,26
2	Perempuan	1.633	49,74
<b>Total</b>		<b>3.283</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

Berdasarkan Tabel 7 tersebut, diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Selorejo yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 1.650 orang atau sekitar 50,26% dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 1.633 orang atau sekitar 49,74%. Dari tabel juga dapat disimpulkan bahwa di Desa Selorejo jumlah penduduk laki-laki dan jumlah penduduk perempuan hampir seimbang. Banyaknya jumlah penduduk laki-laki maupun perempuan merupakan modal tenaga kerja yang potensial untuk pertanian termasuk untuk usahatani jeruk. Untuk gambaran mengenai jumlah penduduk Desa Selorejo berdasarkan golongan umur dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

**Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Umur di Desa Selorejo**

No	Golongan Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 -12 bulan	79	2,4
2	1-10 tahun	493	15,02
3	11-24 tahun	766	23,33
4	25-40 tahun	972	29,61
5	41-56 tahun	834	25,40
6	>56 tahun	139	4,23
<b>Total</b>		<b>3283</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

Berdasarkan pemaparan tabel diatas diketahui bahwa penduduk yang berdomosili di Desa Selorejo sebagian besar berada pada usia antara 25-40 tahun, yaitu sebanyak 972 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk yang ada di daerah penelitian berada pada usia produktif. Keadaan tersebut membuat daerah tersebut berpotensi untuk pengembangan sektor pertanian khususnya usahatani jeruk manis yang memang membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak dalam kegiatan operasionalnya.

### 5.2.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat perkembangan suatu wilayah tidak hanya ditentukan oleh kuantitas penduduk yang dimiliki tetapi juga tergantung pada kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki. Tingkat pendidikan merupakan faktor yang penting untuk menggambarkan kemajuan penduduk suatu daerah, yang nantinya akan mempengaruhi keberhasilan usaha penduduknya. Hal tersebut dikarenakan tingkat pendidikan mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu. Dibawah ini merupakan distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan masyarakat Desa Selorejo:

**Tabel 9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Selorejo**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Usia 10 th ke atas yang buta huruf	98	3,7
2	Tidak tamat SD/Sederajat	690	25,98
3	Tamat SD/Sederajat	948	35,7
4	Tamat SLTP/Sederajat	570	21,46
5	Tamat SLTA/Sederajat	337	12,7
6	Tamat Akademi (D1 – D3)	4	0,15
7	Tamat Perguruan Tinggi (S1)	8	0,3
<b>Total</b>		<b>2.655</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

Berdasarkan uraian distribusi tingkat pendidikan masyarakat yang berdomisili di Desa Selorejo menunjukkan sebagian besar penduduk di desa tersebut mengenal pendidikan formal, baik tingkatan SD, SLTP, SLTA, Akademi, dan Perguruan Tinggi. Dapat dilihat dari jumlah penduduk yang tamat pendidikan formal adalah 1.867 orang atau 70,31%. Jumlah penduduk yang tidak tamat SD atau putus sekolah sebanyak 690 orang, dan sisanya sebanyak 98 orang adalah penduduk yang buta huruf. Jumlah warga yang tamat dalam pendidikan formal terbanyak pada warga yang berpendidikan tamat SD sejumlah 948 orang atau 35,7%, selanjutnya SLTP sejumlah 570 orang atau 21,46%, SLTA sebanyak 337 atau 12,7%. Tamatan Perguruan Tinggi sebanyak 8 orang atau 0,3% dan yang terakhir pendidikan Akademi (D1-D3) sejumlah 4 orang atau 0,15%. Dapat dikatakan bahwa banyaknya penduduk yang tidak berpendidikan menggambarkan bahwa tingkat kesadaran penduduk di Desa Selorejo terhadap pendidikan masih

rendah. Akibatnya banyak para orang tua yang hanya menyekolahkan anaknya sampai jenjang SLTP atau SLTA. Bagi sebagian anak perempuan akan dinikahkan setelah lulus, sementara bagi anak laki-laki lebih banyak bermata pencaharian sebagai petani jeruk. Karena selain meneruskan usahatani jeruk milik orang tua, menjadi petani jeruk adalah pekerjaan yang mudah dipelajari dan tidak membutuhkan keahlian khusus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran akan pendidikan penduduk di Desa Selorejo masih rendah.

### 5.2.3 Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan semua kegiatan yang memberikan atau menambah pendapatan rumah tangga. Jenis mata pencaharian penduduk Desa Selorejo beraneka ragam. Distribusi penduduk berdasarkan mata pencaharian dilakukan untuk mengetahui aktivitas ekonomi yang ada di Desa Selorejo. Jumlah mata pencaharian terbesar juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan penduduk dengan jumlah paling banyak. Komposisi penduduk Secara rinci mata pencaharian Desa Selorejo dapat dilihat pada tabel 10.

**Tabel 10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Selorejo**

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1885	93,08
2	Pekerja di sektor industry	15	0,74
3	Pekerja di sektor jasa/perdagangan	45	2,22
4	PNS	2	0,10
5	Pegawai Desa	11	0,54
6	Pegawai Swasta	15	0,74
7	Guru	6	0,29
8	ABRI	1	0,5
9	Wirausaha	13	0,64
10	Tukang kayu	10	0,49
11	Tukang batu	15	0,74
12	Tukang jahit	3	0,15
13	Sopir	5	0,25
<b>Total</b>		<b>2025</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Profil Desa Selorejo, 2010

Jumlah penduduk Desa Selorejo yang mempunyai mata pencaharian adalah sebanyak 2025 orang. Jika dilihat secara keseluruhan, jumlah penduduk yang bekerja di sektor pertanian masih mendominasi mata pencaharian Desa

Selorejo. Penduduk yang bekerja sebagai petani adalah sebanyak 1885 orang atau sekitar 93,08 % dari total penduduk yang bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Selorejo merupakan desa agraris, yaitu daerah yang kehidupan masyarakatnya tergantung pada sektor pertanian. Bisa dilihat dari banyaknya tanaman pertanian atau tanaman hortikultura yang ditanam masyarakat sekitar terutama tanaman jeruk manis. Sehingga berusahatani merupakan pekerjaan pokok bagi sebagian besar penduduk yang berdomisili di daerah tersebut.

### **5.3 Karakteristik Responden**

Responden merupakan subyek suatu penelitian yang memiliki tingkat latar belakang yang berbeda-beda tiap individu dengan individu lainnya. Responden dalam penelitian ini adalah para petani jeruk yang telah menggunakan pupuk an-organik dan pupuk organik. Karakteristik petani responden yang berada di Desa Selorejo menggambarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, lama usahatani, luas lahan, dan penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik.

#### **5.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin merupakan aspek yang penting untuk diketahui dalam konsep perilaku konsumen karena jenis kelamin dapat mempengaruhi dan menentukan merek mana yang akan dibeli. Perbedaan jenis kelamin akan membentuk perilaku pembelian yang berbeda pula. Secara umum dalam pengambilan keputusan ditentukan oleh laki-laki dibanding dengan perempuan karena mayoritas masyarakat saat ini masih menyerahkan kepercayaan pada laki-laki untuk mengambil keputusan dalam penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik.

Berdasarkan tabel 11 yang memaparkan tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di atas menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin pria, yaitu berjumlah 40 orang dengan persentase sebesar 93,02 % sedangkan responden wanita berjumlah 3 orang dengan persentase 6,98 %. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki adalah penentu sebagian besar segala keputusan khususnya keputusan dalam membeli

produk pupuk yang dibutuhkan dan yang diinginkannya. Berikut ini adalah tabel rincian distribusi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin di Desa Selorejo**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	93,02
2	Perempuan	3	6,98
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

### 5.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Faktor usia merupakan hal yang penting dalam konsep perilaku konsumen karena memiliki pengaruh yang besar atas segala kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Selain itu, usia sering digunakan dalam menentukan strategi untuk memposisikan produk. Jika dibandingkan, orang berumur muda dengan orang berumur tua pasti memiliki tingkat kebutuhan, perilaku, persepsi, dan sikap yang berbeda atas suatu produk tertentu. Komposisi usia yang beraneka ragam membawa pengaruh pada keanekaragaman perilaku dari masing-masing kelompok usia tersebut.

**Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Desa Selorejo**

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30 – 40 tahun	6	13,95
2	41 – 50 tahun	15	34,88
3	> 51 tahun	22	51,16
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentangan usia > 51 tahun yang berjumlah 22 orang dengan persentase 51,16%, sedangkan responden yang paling sedikit berada pada rentangan usia antara 30-40 tahun yang hanya berjumlah 6 orang atau 13,95%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki cukup kedewasaan untuk berpikir guna memutuskan segala keputusan khususnya keputusan pembelian pupuk an-organik ataupun pupuk organik. Selain itu, dengan kedewasaan berpikir yang dimiliki, responden akan mudah menerima informasi dari luar.

### 5.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan mempunyai peranan penting, dalam usaha merubah sistem hidup manusia ke arah yang lebih maju. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku petani pada resiko usahatani tanaman jeruk manis. Setidaknya akan mampu membuat dari seseorang menuju ke alam pikiran yang logis dan benar. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin mudah untuk menerima informasi, mengolahnya, dan menanggapi. Dalam hal ini berpengaruh dalam keputusan petani jeruk dalam penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik. Berikut ini adalah rincian distribusi responden penelitian berdasarkan tingkat pendidikan :

**Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Selorejo**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tidak sekolah	6	13,95
2	Tamat SD	28	65,12
3	Tamat SMP	4	9,3
4	Tamat SMA	4	9,3
5	Tamat D3	1	2,32
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

Berdasarkan keterangan tabel 13 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah tamatan SD, yakni sebanyak 28 orang atau 65,12% dari total responden sedangkan jumlah responden terkecil yakni hanya 1 orang atau 2,32% dari total responden adalah yang tamatan D3. Responden terbanyak adalah tamatan SD dimungkinkan masih kurangnya kesadaran petani dalam menempuh pendidikan yang lebih tinggi dikarenakan sifat masyarakat desa yang belum begitu mementingkan pendidikan. Namun dalam hal ini walaupun tingkat pendidikan sebagian besar dari petani jeruk di Desa Selorejo rendah, petani jeruk memiliki pengetahuan tentang pupuk an-organik dan pupuk organik yang baik untuk tanaman jeruk. Hal ini karena mereka memiliki pengalaman di bidang pertanian. Dengan demikian petani dengan tingkat pendidikan SD dapat dikatakan

memiliki pengetahuan yang sama dengan petani tingkat pendidikan tinggi mengenai pupuk an-organik dan pupuk organik.

### 5.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang. Hal tersebut penting untuk diketahui karena berpengaruh terhadap perilaku responden atas suatu produk. Profesi dan pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya. Jenis pekerjaan yang dimiliki seseorang berkaitan dengan waktu yang dicurahkan untuk pekerjaan tersebut. Berikut ini adalah rincian distribusi karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya:

**Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di Desa Selorejo**

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Bekerja sebagai petani saja	27	72,09
2	Petani, punya sampingan (Peternak, Pedagang Jeruk, Wiraswasta, PNS, Pegawai Desa dan Penebang Kayu)	16	27,91
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 27 orang atau 72,09% memiliki mata pencaharian hanya sebagai petani. Sedangkan 16 orang atau 27,91% dari total responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan lain selain bekerja sebagai petani, yaitu bekerja sebagai peternak, pedagang jeruk, wiraswasta, PNS, pegawai desa dan penebang kayu. Hal ini mengindikasikan bahwa berusahatani merupakan mata pencaharian utama bagi sebagian besar penduduk yang berdomisili di Desa Selorejo. Sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam pengembangan budidaya tanaman jeruk dan memiliki potensi dalam preferensi terhadap penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik.

### 5.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan merupakan faktor utama dalam usaha tani, karena dengan luas lahan yang dimiliki petani bisa menentukan besarnya hasil dan juga kapasitas produksi akan dilakukan. Luas lahan yang dimiliki oleh petani merupakan salah

satu faktor yang mempengaruhi dalam proses pembelian pupuk an-organik dan pupuk organik, karena mereka akan membeli sesuai dengan kebutuhannya. Berikut ini adalah rincian distribusi responden berdasarkan luas lahannya :

**Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan**

Luas Lahan (ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 0,5	3	6,98
0,5-1	32	74,41
>1	8	18,60
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

Berdasarkan Tabel karakteristik responden berdasarkan luas lahan di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai luas lahan garapan antara 0,5 ha – 1 ha yaitu 32 orang atau 74,41% dari total responden. Sedangkan jumlah responden terkecil hanya 3 orang atau 6,98% dari total responden yang memiliki luas lahan garapan antara < 0,5 ha. Luas lahan pertanian akan mempengaruhi skala usaha dan skala usaha ini pada akhirnya akan mempengaruhi efisien atau tidaknya suatu usaha pertanian. Dalam hal ini berkaitan dengan dosis pemberian pupuk an-organik dan pupuk organik. Karena semakin luas lahan yang mereka miliki maka semakin banyak kebutuhan akan pupuk an-organik dan pupuk organik yang digunakan. Sehingga pada masing-masing petani mempunyai perbedaan dalam pengaplikasian pupuk pada tanaman jeruk mereka.

### 5.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani

Pengalaman usahatani berhubungan dengan usia seseorang. Semakin tua usia seseorang, maka semakin banyak pengalamannya untuk membedakan suatu produk apakah berkualitas atau tidak. Seseorang yang berusia muda dapat menerima informasi lebih banyak daripada seseorang yang berusia tua. Sehingga dapat disimpulkan persepsi responden yang berusia tua dapat ditentukan dari pengalamannya, sedangkan persepsi responden berusia muda ditentukan dari informasi yang diterimanya. Pengalaman usahatani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responden yang melakukan usahatani jeruk manis di Desa Selorejo.

**Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani di Desa Selorejo**

No	Pengalaman Usahatani (thn)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 10	4	9,3
2	10 – 20	27	62,79
3	21 – 30	10	23,25
4	> 31	2	4,65
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai pengalaman usahatani antara 10 – 20 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 62,79% dari total responden. Lama usahatani yang berkisar antara 10 – 20 tahun menunjukkan bahwa petani memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berusahatani jeruk manis di Desa Selorejo. Pengalaman usahatani merupakan salah satu penentu keberhasilan petani dalam melaksanakan usahatannya. Semakin lama pengalaman seorang petani dalam berusahatani jeruk maka akan semakin mahir dalam memamanajemen usahatannya khususnya pada proses pemupukan.

### **5.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pupuk An-organik dan Pupuk Organik**

Peningkatan produksi pertanian dapat dicapai melalui pendekatan teknologi yang tepat antara lain dengan menerapkan teknologi pemupukan berimbang. Pemahaman tentang kebutuhan tanaman jeruk terhadap pupuk menjadi salah satu kunci keberhasilan budidaya jeruk yang menguntungkan. Penggunaan pupuk yang efisien pada dasarnya adalah memberikan pupuk bentuk dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan tanaman.

Berdasarkan pada tabel 17 menunjukkan bahwa sekitar 30,23% petani jeruk di Desa Selorejo yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek. Merek pupuk organik buatan perusahaan yang digunakan petani di Desa Selorejo yaitu pupuk cair POMI, NASA dan pupuk granul Petroganik. Kebanyakan petani jeruk di Desa Selorejo hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik yaitu sebesar 69,76%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kesadaran

petani untuk menggunakan pupuk organik masih kurang. Selama ini petani di Desa Selorejo hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik. Dan rata-rata petani jeruk di Desa Selorejo masih menggunakan pupuk an-organik dengan melebihi dosis anjuran. Untuk mengajak petani menggunakan pupuk organik tidaklah mudah, namun untuk mengembalikan kesuburan tanah dengan beralih ke pupuk organik harus segera dilakukan petani, agar secara berangsur-angsur ada perbaikan struktur dan kandungan hara tanah. Dengan kata lain penggunaan pupuk kimia juga harus mulai dikurangi secara perlahan-lahan. Berikut ini adalah rincian distribusi responden penelitian berdasarkan penggunaan pupuk an-organik dan pupuk organik :

**Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pupuk An-organik dan Pupuk Organik di Desa Selorejo**

No	Penggunaan Pupuk	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	An-organik + pupuk kandang	30	69,76
2	An-organik + pupuk kandang + pupuk organik bermerek	13	30,23
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah dari data primer, 2010

#### 5.4 Deskripsi Usahatani Jeruk di Desa Selorejo

Jeruk merupakan komoditas hortikultura yang paling banyak diusahakan di Kecamatan Dau khususnya di Desa Selorejo. Tanaman ini banyak diusahakan di Desa Selorejo karena dapat tumbuh dengan baik dan perawatan yang dilakukan juga tidak terlalu rumit. Tanaman jeruk di Desa Selorejo menggunakan bibit maupun penyilangan dan okulasi yang memiliki umur masa produktif atau berbuah dalam kurung waktu 5 tahun ke atas. Pada waktu peneliti melakukan penelitian, petani jeruk manis sudah beralih tanam ke kebun. Yang dulu kebun hanya ditanamai hanya beberapa tanaman jeruk 30 sampai 40 pohon saja. Sekarang sudah mulai banyak diusahakan dengan menggunakan bibit yang berasal dari penyilangan maupun okulasi. Terdapat dua varietas jeruk yang dibudidayakan di Desa Selorejo yaitu varietas jeruk Manis dan Keprok Batu 55. Namun sebagian besar petani di Desa Selorejo menanam varietas jeruk manis.

Pembudidayaan jeruk manis terbagi menjadi beberapa tahap sebagaimana tanaman tahunan lainnya diantaranya yaitu adanya persiapan bahan tanam dan lahan terlebih dahulu kemudian cara penanaman. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahan tanam sebagian besar petani di Desa Selorejo menggunakan bibit yang berasal dari okulasi dengan mutu yang cukup baik yang berasal dari penangkaran bibir jeruk di Pasuruan. Dalam persiapan lahan umumnya petani di Desa Selorejo mengolah lahan dengan kedalaman 20-25 cm. Tanah bagian atas lubang tanam dipisahkan dengan tanah bagian atas. Tanah bagian atas lubang tanam akan dicampur dengan pupuk kandang dan setelah penanaman, campurkan tanah dan pupuk tersebut diletakkan di sekitar batang tanaman. Jarak tanam yang digunakan untuk menanam bibit jeruk bervariasi, yaitu 3x3m, 3x2,5m dan 4x4m sehingga penanaman jeruk pada lahan seluas satu hektar akan membutuhkan 1000 batang.

Perawatan untuk tanaman jeruk berupa pemupukan, pengairan, pemangkasan atau penjarangan, penyiangan rumput pengganggu serta pengendalian hama dan penyakit. Dalam pemberian pupuk dilakukan dengan cara menempatkan pupuk disekeliling tanaman sedalam 20-30 cm, pada jarak selebar tajuk daun. Karena pupuk mudah menguap dan tercuci oleh air, maka pupuk perlu ditutup kembali dengan tanah dan kemudian disiram. Umumnya petani di Desa Selorejo melakukan pemupukan tergantung pada kondisi tanaman jeruk manis. Jenis pupuk yang digunakan adalah pupuk an-organik antara lain urea, TSP, KCL, ZA dan NPK, selain menggunakan pupuk an-organik petani di Desa Selorejo juga menggunakan pupuk organik yaitu pupuk kandang dan ada beberapa petani yang juga menggunakan pupuk organik bermerek seperti pupuk tabur Petroganik, pupuk cair POMI dan NASA.

Pada umumnya petani di Desa Selorejo dalam pemberian pupuk an-organik dilakukan 3 kali dalam setahun. Sedangkan pemberian pupuk kandang dilakukan sekali setahun yaitu setelah panen dengan dosis 7 kg atau satu keranjang per pohon. Pada pupuk organik petroganik diberikan 2 kali yaitu pada saat memasuki awal musim hujan dan akhir musim hujan. Sedangkan pupuk cair POMI diberikan sebanyak 3-4 kali dari tanam sampai dengan panen.

Pemupukan pertama menggunakan pupuk kandang, urea, TSP dan pupuk organik tambahan yang juga digunakan sebagian petani di Desa Selorejo sebagai pupuk dasar pada saat panen. Pada pemupukan kedua dan ketiga dilakukan dengan menggunakan pupuk KCL, ZA dan NPK dengan dosis setengah dari pemupukan pertama. Tujuan dari pemberian pupuk urea adalah untuk merangsang pembentukan daun, akar dan batang. Sedangkan pemberian pupuk TSP bertujuan untuk menguatkan daun, akar dan batang. Untuk merangsang pembentukan bunga dan buah maka perlu digunakan pupuk KCL. Sedangkan untuk memantapkan buah yang dihasilkan maka perlu ditambahkan pupuk ZA.

Tujuan dari sebagian petani di Desa Selorejo yang menggunakan pupuk organik bermerk seperti pupuk tabur petrogenik, pupuk cair POMI dan NASA yaitu untuk mengurangi dosis pemakaian pupuk an-organik sehingga tanaman akan tumbuh lebih sehat, lebih tahan terhadap serangan hama penyakit. Dan yang terpenting adalah hasil produksi sehat dikonsumsi dan hasil produksi tidak akan kalah dengan hanya mempergunakan pupuk an-organik.

Selain pemupukan, perawatan yang dilakukan petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pengairan karena tanaman jeruk sangat membutuhkan air pada saat musim kemarau sehingga perlu dilakukan pengairan satu kali dalam tiga minggu. Begitu juga dengan pemangkasan yang harus dilakukan untuk menghilangkan cabang-cabang yang telah kering, terkena penyakit, selain itu agar tanaman dapat menghasilkan buah yang cukup besar. Untuk pengendalian hama dan penyakit biasanya menggunakan berbagai macam pestisida dengan intensitas penyemprotan seminggu sekali pada tanaman yang belum berbuah dan 10 hari sekali atau lebih apabila tanaman sudah mulai berbuah hingga sebelum panen. Jeruk manis dapat dipanen pada umur 5-8 bulan setelah bunga mekar. Ciri-ciri fisik pada buah yang telah siap dipanen yaitu dengan melihat kulit buah yang kekuning-kuningan (orange), bah tidak terlalu keras jika dipegang dan pada bagian bawah buahnya agak empuk. Pada saat pemetikan dilakukan pada saat matahari sudah bersinar .

## 5.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan faktoring maka terlebih dahulu dilakukan pengujian atas validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dalam hal ini adalah pertanyaan-pertanyaan atas atribut produk pupuk an-organik yang di gunakan dalam penelitian yang meliputi atribut loyalitas merek ( $X_1$ ), nama perusahaan ( $X_2$ ), tingkat mutu ( $X_3$ ), kepuasan terhadap mutu ( $X_4$ ), hasil panen ( $X_5$ ), ramah lingkungan ( $X_6$ ), unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ ), dosis penggunaan ( $X_8$ ), perubahan harga ( $X_9$ ), perbandingan harga ( $X_{10}$ ), persepsi harga ( $X_{11}$ ), ketersediaan produk ( $X_{12}$ ), kemudahan mendapatkan informasi ( $X_{13}$ ) dan promosi produk ( $X_{14}$ ). Sedangkan atribut pupuk organik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tingkat mutu ( $X_1$ ), kepuasan terhadap mutu ( $X_2$ ), hasil panen ( $X_3$ ), ramah lingkungan ( $X_4$ ), unsur zat hara mikro/makro ( $X_5$ ), dosis penggunaan ( $X_6$ ), perubahan harga ( $X_7$ ), perbandingan harga ( $X_8$ ), persepsi harga ( $X_9$ ).

Uji validitas merupakan suatu metode yang digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian, dalam hal ini adalah kuisioner, telah valid karena instrumen penelitian mampu mengukur data yang diinginkan atau instrumen mampu memperoleh data yang tepat dari variabel ataupun atribut yang diteliti sehingga dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah (Simamora, 2004). Setiap butir pertanyaan pada kuisioner diuji validitas untuk mengetahui butir pertanyaan mana yang valid atau tidak valid. Butir pertanyaan yang tidak valid dianggap tidak mampu mengukur variabel yang diteliti sehingga butir pertanyaan tersebut tidak digunakan dalam analisis berikutnya. Atribut produk dapat dikatakan valid apabila dengan  $n = 43$  dan  $\alpha = 0,05$  didapatkan nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel sebesar 0,301. Bila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel atau nilai signifikansi hasil korelasi  $< 0,05$  (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas secara keseluruhan dapat dilihat pada lampiran 8 dan 9. Lebih ringkas, hasil uji validitas kuisioner pada pupuk an-organik dan pupuk organik dapat dilihat pada tabel 18.

Hasil uji validitas pada 14 atribut produk pupuk an-organik terdapat 11 atribut yang dinyatakan valid. Sedangkan pada pupuk organik terdapat 9 atribut

yang dinyatakan valid. Setiap atribut diwakili oleh beberapa pertanyaan dimana apabila salah satu pertanyaan tidak valid dan pertanyaan yang lain valid maka atribut tersebut dianggap valid. Atribut pada pupuk an-organik dan pupuk organik dikatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,301) atau nilai signifikansi  $<$  alpha (0,05). Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 18. Hasil Uji Validitas Untuk Atribut Produk Pupuk An-organik dan Pupuk Organik**

PUPUK	Variabel	Uji Validitas
PUPUK AN-ORGANIK	Loyalitas merek ( $x_1$ )	Valid
	Nama perusahaan ( $X_2$ )	Tidak Valid
	Tingkat mutu ( $x_3$ )	Valid
	Kepuasan terhadap mutu ( $x_4$ )	Valid
	Unsur zat hara mikro/makro ( $x_5$ )	Valid
	Hasil panen( $x_6$ )	Valid
	Dosis Penggunaan ( $x_7$ )	Valid
	Ramah lingkungan ( $x_8$ )	Valid
	Perubahan harga ( $x_9$ )	Valid
	Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	Valid
	Persepsi harga ( $x_{11}$ )	Valid
	Ketersediaan produk ( $x_{12}$ )	Valid
	kemudahan mendapatkan informasi ( $X_{13}$ )	Tidak Valid
	Promosi produk ( $x_{14}$ )	Valid
PUPUK ORGANIK	Tingkat mutu ( $x_1$ )	Valid
	Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	Valid
	Hasil panen( $x_3$ )	Valid
	Ramah lingkungan ( $x_4$ )	Valid
	Unsur zat hara makro/mikro ( $x_5$ )	Valid
	Dosis penggunaan ( $x_6$ )	Valid
	Perubahan harga ( $x_7$ )	Valid
	Perbandingan harga ( $x_8$ )	Valid
	Persepsi harga ( $x_9$ )	Valid

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Reliabilitas berfungsi untuk menguji konsistensi pertanyaan terhadap proporsi jawaban responden. Perhitungan reliabilitas ini juga didasarkan pada nilai skor yang sama dari penilaian tingkat kepentingan seperti pada uji validitas, namun metode perhitungan untuk mengetahui reliabilitas suatu data berbeda dengan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat validitas suatu instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas pada pupuk an-organik dan organik dapat dilihat pada Lampiran 10 dan 11, dimana nilai Alpha sebesar 0,867 pada

pupuk an-organik . Sedangkan nilai Alpha pada pupuk organik sebesar 0,775. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki sifat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi karena dari nilai reliabilitas yang dihitung dengan menggunakan SPSS, seluruh nilai lebih besar dibandingkan nilai r tabel pada taraf signifikan atau  $\alpha = 5\%$  dan  $n = 43$  responden didapat sebesar 0,301. Taraf signifikan atau  $\alpha$  sebesar 5% berarti hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 95%. Hasil pengukuran yang reliabel adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama (Nasution S, 2003).

## 5.6 Hasil Analisis Faktor

Pada uji analisis faktor ini akan dilakukan enam proses yang terdiri dari uji interdependensi, ekstraksi faktor, matriks faktor sebelum rotasi, rotasi faktor, uji validitas dan reliabilitas model faktor, dan interpretasi faktor.

### 5.6.1 Uji Interdependensi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel satu dengan lainnya ada keterikatan atau tidak, dengan kata lain variabel-variabel tertentu yang hampir tidak punya korelasi dengan variabel lain dapat dikeluarkan dari analisis untuk selanjutnya dilakukan pengujian ulang. Uji interpendensi variabel ini dimaksudkan untuk menyaring variabel-variabel mana yang layak untuk dilakukan proses faktoring dan mengeluarkan variabel-variabel yang tidak layak. Pengujian ini dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (*Measures of Sampling Adequacy* - MSA), Keiser-Meyer-Olkin (KMO), dan uji Bartlett.

#### a) Ukuran Kecukupan Sampling (*Measures of Sampling Adequacy* - MSA)

Tahap awal yang dilakukan pada pengujian interdependensi yaitu dengan mengukur nilai MSA. Dengan melihat nilai MSA nantinya dapat diketahui apakah suatu variabel mempunyai korelasi yang tinggi dengan variabel lainnya. Jika nilainya dibawah 0,5 berarti variabel tersebut tidak memiliki keterikatan secara

bersama-sama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Nilai kecukupan sampling untuk setiap variabel pupuk an-organik dan organik dapat dilihat pada tabel 19 berikut ini :

**Tabel 19. Nilai Kecukupan Sampling (MSA) Pupuk An-organik dan Organik**

PUPUK	Variabel	MSA	
PUPUK AN-ORGANIK	Loyalitas merek ( $x_1$ )	0,593	
	Tingkat mutu ( $x_3$ )	0,661	
	Kepuasan terhadap mutu ( $x_4$ )	0,696	
	Hasil panen( $x_5$ )	0,605	
	Ramah lingkungan ( $x_6$ )	0,729	
	Unsur zat hara mikro/makro ( $x_7$ )	0,584	
	Dosis Penggunaan ( $x_8$ )	0,796	
	Perubahan harga ( $x_9$ )	0,655	
	Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	0,637	
	Persepsi harga ( $x_{11}$ )	0,824	
	Ketersediaan produk ( $x_{12}$ )	0,889	
	Promosi produk ( $x_{14}$ )	0,510	
	PUPUK ORGANIK	Tingkat mutu ( $x_1$ )	0,656
		Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	0,698
Hasil panen( $x_4$ )		0,768	
Ramah lingkungan ( $x_6$ )		0,597	
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_3$ )		0,781	
Dosis penggunaan ( $x_5$ )		0,518	
Perubahan harga ( $x_7$ )		0,594	
Perbandingan harga ( $x_8$ )		0,620	
Persepsi harga ( $x_9$ )		0,587	

Sumber: diolah dari data primer, 2011

Nilai kecukupan sampling (MSA) pada pupuk an-organik dan organik dapat dilihat pada tabel diatas bahwa semua variabel memiliki nilai MSA diatas 0,5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada pupuk an-organik dan pupuk organik mampu menjelaskan model yang terbentuk secara parsial yaitu adanya keterkaitan antara variabel-variabel pada pupuk an-organik dan variabel pada pupuk organik dalam mempengaruhi keputusan pembelian sehingga tidak ada variabel yang harus direduksi dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

#### **b) Uji Keiser-Meyer-Olkin (KMO)**

Pada umumnya nilai yang pertama kali dilihat apakah analisis faktor bisa digunakan atau tidak adalah dengan melihat besarnya nilai Keiser-Meyer-Olkin (KMO). Dari hasil analisis diperoleh bahwa nilai KMO pada pupuk an-organik

sebesar 0,666 atau diatas 0,5 yang artinya bahwa dari 12 variabel yang membentuk model faktor secara bersama-sama mampu menjelaskan model faktor yang terbentuk sebesar 66,6 % sedangkan 33,4 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilakukan dalam penelitian, sehingga penggunaan analisis faktor sudah dianggap tepat. Dan nilai KMO pada pupuk organik sebesar 0,669 yang artinya bahwa dari 9 variabel yang membentuk model faktor secara bersama-sama mampu menjelaskan model faktor yang terbentuk sebesar 66,9 % sedangkan 33,31 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilakukan dalam penelitian, sehingga penggunaan analisis faktor pada pupuk organik juga sudah dianggap tepat.

### c) Uji Bartlett

Pada uji Bartlett's merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menentukan tepat atau tidak analisis ini. Dari analisis interdependensi awal yaitu *Bartlett's Test of Sphericity* pada pupuk an-organik dapat dilihat pada tabel 20, dimana nilai Chi Square sebesar 299.945 dengan derajat bebas 66 dan tingkat signifikansi kesalahan 0,000 % atau jauh dari 5 % (0,05). Berikut tabel nilai KMO, Uji Bartlett's, taraf signifikansi, dan tabel Chi-Square pada pupuk an-organik.

**Tabel 20. Nilai KMO dan Uji Bartlett's Pupuk An-organik**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,666
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	299,945
	Df	66
	Sig.	0,000

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan pada tabel 20 menunjukkan bahwa angka signifikan  $< 0,05$  sehingga Hipotesa nol yang menyatakan bahwa pada model ini semua variabel pada pupuk an-organik dalam populasi tidak berhubungan satu sama lain ditolak. Penolakan terhadap  $H_0$  didukung oleh hasil statistik yang menunjukkan peluang kesalahan dukungan data terhadap penolakan sebesar 0,000 %, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel dan sampel yang diteliti sudah bisa dianalisis

lebih lanjut. Sedangkan uji *Bartlett's Test of Sphericity* untuk pupuk organik dapat dilihat pada tabel 21

**Tabel 21. Nilai KMO dan Uji Barlett's Pupuk Organik**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,669
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	261,237
	Df	36
	Sig.	0,000

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Pada tabel diatas nilai Chi Square sebesar 261,237 dengan derajat bebas 36 dan tingkat signifikansi kesalahan 0,000 % atau jauh dari 5 % (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dan sampel yang diteliti pada pupuk organik sudah bisa dianalisis lebih lanjut karena adanya korelasi antar variabel pada pupuk organik.

### 5.6.2 Ekstraksi Faktor

Proses inti dari analisis faktor adalah dengan melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Metode yang digunakan untuk ekstraksi faktor pada penelitian ini adalah dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA). Metode ini didasarkan pada nilai eigen, prosentase keragaman atau total prosentase kumulatif. *Eigenvalues* adalah nilai yang mewakili total varian yang dijelaskan untuk setiap faktor. Ekstraksi faktor dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA) pada pupuk an-organik dari 12 variabel menghasilkan 3 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pupuk an-organik. Secara lebih rinci hasil ekstraksi faktor untuk pupuk an-organik dapat dilihat pada tabel 22 berikut :

**Tabel 22. Ekstraksi Faktor Pupuk An-organik**

Faktor / Komponen	Initial Eigenvalues		
	Eigenvalue	Persentase Varian	Persentase Kumulatif
1	4,535	37,790	37,790
2	2,707	22,556	60,346
3	1,115	9,291	69,637

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan pada tabel ekstraksi faktor pupuk an-organik diketahui keputusan petani untuk membeli produk pupuk an-organik memiliki varian kumulatif sebesar 69,637 %. Hal ini dapat diartikan bahwa ketiga faktor pada pupuk an-organik mampu menjelaskan total keragaman yang ada dalam data sebesar 69,637%. Faktor I mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 37,790%, faktor II sebesar 22,556%, faktor III sebesar 9,291. Hasil dari ekstraksi faktor dapat diterima karena telah memenuhi syarat dimana *eigenvalue* > 1.0, persentase varian > 5%. *Eigenvalue* yang dimaksud adalah nilai yang mewakili total varians yang dijelaskan oleh semua faktor, dimana faktor I memiliki nilai eigen value sebesar 4,535, faktor II sebesar 2,707, faktor III sebesar 1,115. Sedangkan ekstraksi faktor dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA) pada pupuk organik dari 9 variabel menghasilkan 2 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pupuk organik. Secara lebih rinci hasil ekstraksi faktor pada pupuk organik dapat dilihat pada tabel 23 berikut :

**Tabel 23. Ekstraksi Faktor Pupuk Organik**

Faktor / Komponen	<i>Initial Eigenvalues</i>		
	<i>Eigenvalue</i>	Persentase Varian	Persentase Kumulatif
1	3,488	38,761	38,761
2	2,550	28,337	67,097

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa keputusan petani untuk membeli produk pupuk organik memiliki varian kumulatif sebesar 67,097 %. Hal ini dapat diartikan bahwa ketiga faktor tersebut mampu menjelaskan total keragaman yang ada dalam data sebesar 67,097 %. Faktor I mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 38,761 % dan faktor II sebesar 28,337 %. Hasil dari ekstraksi faktor dapat diterima karena telah memenuhi syarat dimana *eigenvalue* > 1.0, persentase varian > 5%. *Eigenvalue* yang dimaksud adalah nilai yang mewakili total varians yang dijelaskan oleh semua faktor, dimana faktor I memiliki nilai eigen value sebesar 3,488 dan faktor II sebesar 2,550,.

Selain itu dalam ekstraksi faktor dihasilkan nilai komunalitas setiap variabel. Komunalitas yang dimaksud adalah jumlah varians yang dimiliki oleh setiap variabel atau proporsi varians yang dapat dijelaskan. Nilai komunalitas atau

proporsi varians tertinggi pada pupuk an-organik adalah unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ ) sebesar 0,907. Hal ini berarti bahwa sekitar 90,7% varian dari unsur zat hara mikro/makro bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk, yaitu dari 3 faktor yang terbentuk. Untuk variabel yang memiliki nilai komunalitas terendah pada pupuk an-organik adalah variabel loyalitas merek ( $X_1$ ) sebesar 0,391%. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 24.

**Tabel 24. Nilai Komunalitas Pupuk An-organik**

Variabel	Initial	Extraction
Loyalitas merek ( $x_1$ )	1,000	0,391
Tingkat mutu ( $x_3$ )	1,000	0,841
Kepuasan terhadap mutu ( $x_4$ )	1,000	0,735
Hasil panen ( $x_5$ )	1,000	0,871
Ramah lingkungan ( $x_6$ )	1,000	0,602
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_7$ )	1,000	0,907
Dosis Penggunaan ( $x_8$ )	1,000	0,489
Perubahan harga ( $x_9$ )	1,000	0,609
Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	1,000	0,846
Persepsi harga ( $x_{11}$ )	1,000	0,638
Ketersediaan memperoleh produk ( $x_{12}$ )	1,000	0,642
Promosi produk	1,000	0,785

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Pada tabel nilai komunalitas pupuk an-organik menunjukkan bahwa semakin besar nilainya maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ ) merupakan variabel yang erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk karena nilai komunalitasnya yang lebih besar dibandingkan variabel-variabel yang lain. Sebaliknya, variabel loyalitas merek ( $X_1$ ) memiliki keterkaitan yang rendah terhadap faktor yang terbentuk. Sedangkan nilai komunalitas atau proporsi varians tertinggi pada pupuk organik adalah tingkat mutu ( $X_1$ ) sebesar 0,926. Hal ini berarti bahwa sekitar 91,1% varian dari tingkat mutu bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk, yaitu dari 2 faktor yang terbentuk. Untuk variabel yang memiliki nilai komunalitas terendah pada pupuk

organik adalah variabel dosis penggunaan ( $X_8$ ) sebesar 0,307. Secara lebih rinci nilai komunalitas pada pupuk organik dapat dilihat pada tabel 25 :

**Tabel 25. Nilai Komunalitas Pupuk Organik**

Variabel	Initial	Extraction
Tingkat mutu ( $x_1$ )	1,000	0,926
Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	1,000	0,871
Hasil panen( $x_3$ )	1,000	0,905
Ramah lingkungan ( $x_4$ )	1,000	0,637
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_5$ )	1,000	0,633
Dosis penggunaan ( $x_6$ )	1,000	0,307
Perubahan harga ( $x_7$ )	1,000	0,691
Perbandingan harga ( $x_8$ )	1,000	0,507
Persepsi harga ( $x_9$ )	1,000	0,560

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan pada tabel nilai komunalitas pupuk organik di atas menunjukkan bahwa semakin besar nilainya maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat mutu ( $X_1$ ) merupakan variabel yang erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk karena nilai komunalitasnya yang lebih besar dibandingkan variabel-variabel yang lain. Sebaliknya, variabel dosis penggunaan ( $X_7$ ) memiliki keterkaitan yang rendah terhadap faktor yang terbentuk.

### 5.6.3 Matriks Faktor Sebelum Rotasi

Setelah diketahui bahwa tiga faktor yang terbentuk merupakan jumlah yang optimal, maka tabel *Component Matrix* menunjukkan distribusi keduabelas variabel pada pupuk an-organik dan menunjukkan distribusi kesepuluh variabel pada pupuk organik tersebut pada ketiga faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang terdapat pada tabel adalah *faktor loading*. *Faktor loading* merupakan nilai yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang terbentuk, yaitu faktor 1, faktor 2 dan faktor 3. Proses penentuan suatu variabel yang akan dimasukkan ke dalam faktor dilakukan dengan cara membandingkan besarnya korelasi pada setiap baris. Nilai korelasi yang terbesar

terhadap suatu faktor menunjukkan bahwa variabel yang dimaksud masuk ke dalam faktor tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 26 dan 27 :

**Tabel 26. Faktor Sebelum Rotasi Pupuk An-organik**

Variabel	Komponen		
	1	2	3
Loyalitas merek ( $x_1$ )	0,553	0,259	-0,133
Tingkat mutu ( $x_3$ )	0,646	-0,650	0,039
Kepuasan terhadap mutu ( $x_4$ )	0,708	-0,473	-0,098
Hasil panen( $x_5$ )	0,658	-0,661	0,039
Ramah lingkungan ( $x_6$ )	0,616	0,470	0,029
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_7$ )	0,597	-0,742	-0,014
Dosis penggunaan ( $x_8$ )	0,473	0,398	-0,327
Perubahan harga ( $x_9$ )	0,662	0,403	0,090
Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	0,654	0,510	0,398
Persepsi harga ( $x_{11}$ )	0,526	0,377	-0,468
Ketersediaan produk ( $x_{12}$ )	0,743	0,176	-0,243
Promosi produk ( $x_{14}$ )	0,473	0,173	0,729

*Extraction Method : Principal Component Analysis*

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan tabel *Component Matrix* untuk pupuk an-organik di atas yang mana digunakan sebagai acuan, terlihat bahwa variabel loyalitas merek ( $X_1$ ), angka *faktor loading* terbesar ada pada komponen nomor 1 sehingga variabel loyalitas merek dapat dimasukkan kedalam faktor 1. Hal ini juga dilakukan pada variabel-variabel lain. Tetapi, hal ini belum jelas atau belum pasti untuk memutuskan akan dimasukkan ke faktor mana variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan proses rotasi agar semakin jelas perbedaan sebuah variabel yang akan dimasukkan ke dalam faktor 1, faktor 2 dan faktor 3. Sedangkan *Component Matrix* pada pupuk organik bahwa variabel tingkat mutu ( $X_1$ ), angka *faktor loading* terbesar ada pada komponen nomor 1 sehingga variabel loyalitas merek dapat dimasukkan kedalam faktor 1. Hal ini juga dilakukan pada variabel-variabel lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 27 berikut :

**Tabel 27. Faktor Sebelum Rotasi Pupuk Organik**

Variabel	Komponen	
	1	2
Tingkat mutu ( $x_1$ )	0,936	-0,224
Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	0,909	-0,210
Hasil panen( $x_3$ )	0,924	-0,228
Ramah lingkungan ( $x_4$ )	0,196	0,774
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_5$ )	0,796	0,011
Dosis penggunaan ( $x_6$ )	-0,166	0,528
Perubahan harga ( $x_7$ )	0,374	0,743
Perbandingan harga ( $x_8$ )	0,084	0,707
Persepsi harga ( $x_9$ )	0,294	0,688

*Extraction Method : Principal Component Analysis*

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Pada tabel 27 diatas hasil sementara yang didapat pada faktor sebelum rotasi untuk pupuk organik yaitu faktor pertama terdiri dari tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil panen dan unsur zat hara mikro/makro. Sedangkan pada faktor kedua terdiri dari ramah lingkungan, dosis penggunaan, perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga. Namun dalam hal ini masih perlu dilakukan proses rotasi juga agar semakin jelas perbedaan sebuah variabel yang akan dimasukkan ke dalam faktor 1 dan faktor 2.

#### 5.6.4 Rotasi Faktor

Komponen matrik hasil rotasi (*Rotated Component Matrix*) merupakan hasil dari proses rotasi faktor yang menunjukkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Pada tabel berikut ini terlihat bahwa ada beberapa kesimpulan yang berubah bersamaan dengan berubahnya faktor *loading*. Perubahan faktor *loading* dapat dilihat dari berkurang atau bertambahnya nilai faktor *loading* pada setiap variabel. Oleh sebab itu, rotasi matrik bertujuan untuk memperjelas distribusi posisi suatu variabel terhadap faktor, sehingga dihasilkan suatu faktor yang lebih stabil. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel rotasi komponen matrik :

**Tabel 28. Rotated Component Matrix Pupuk An-organik**

Variabel	Komponen		
	1	2	3
Loyalitas merek ( $x_1$ )	0,142	0,572	0,209
Tingkat mutu ( $x_3$ )	0,910	0,059	0,097
Kepuasan terhadap mutu ( $x_4$ )	0,811	0,268	0,066
Hasil panen( $x_5$ )	0,926	0,061	0,099
Ramah lingkungan ( $x_6$ )	0,014	0,638	0,441
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_7$ )	0,953	0,007	0,002
Dosis penggunaan ( $x_8$ )	-0,015	0,697	0,056
Perubahan harga ( $x_9$ )	0,094	0,599	0,490
Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	0,002	0,485	0,781
Persepsi harga ( $x_{11}$ )	0,037	0,797	-0,047
Ketersediaan produk ( $x_{12}$ )	0,327	0,711	0,170
Promosi produk ( $x_{14}$ )	0,149	0,010	0,874

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai faktor loading dari masing-masing variabel berubah setelah dilakukan rotasi faktor bahkan yang semula variabel tersebut terdapat pada faktor 1 berpindah ke faktor 2 dan seterusnya. Rotasi disini bertujuan untuk memperjelas distribusi posisi suatu variabel terhadap faktor sehingga dihasilkan suatu faktor yang lebih stabil. Pada pupuk an-organik faktor loading loyalitas merek ( $X_1$ ) yang semula 0,553 setelah dilakukan rotasi, faktor loadingnya berubah menjadi 0,572 pada komponen 2. Hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas merek mempengaruhi faktor 2 sebesar 57,2%. Untuk variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ ) memiliki nilai loading tertinggi pada komponen 1 sebesar 0,953 sehingga variabel tersebut masuk kedalam faktor 1. Unsur zat hara mikro/makro ini sangat dipertimbangkan oleh petani karena mereka menganggap kandungan zat yang terdapat pada pupuk an-organik ini sangat penting karena hal ini terkait dengan hasil panen yang diperoleh.

Faktor loading tertinggi pada faktor II adalah variabel persepsi harga ( $X_{11}$ ) sebesar 0,797. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga mampu mempengaruhi faktor II sebesar 79,7%. Petani di Desa Selorejo juga mempertimbangkan faktor harga ini. Tetapi, faktor harga ini juga bukan

merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi mereka. Hal ini karena petani di Desa Selorejo lebih mengutamakan hasil terbaik yang diberikan oleh suatu merek pupuk an-organik. Dan untuk faktor *loading* tertinggi pada faktor III adalah variabel promosi produk ( $X_{14}$ ) sebesar 0,874. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi produk mampu mempengaruhi faktor III sebesar 87,4%. Maka dalam memutuskan membeli pupuk an-organik, selain mereka mempertimbangkan unsur zat hara mikro/makro, dan persepsi harga pada pupuk an-organik petani juga tetap mempertimbangkan promosi produk yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan untuk rotasi komponen matrik pada pupuk organik dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 29. Rotated Component Matrix Pupuk Organik**

Variabel	Komponen	
	1	2
Tingkat mutu ( $x_1$ )	0,962	-0,026
Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	0,933	-0,017
Hasil panen( $x_3$ )	0,951	-0,032
Ramah lingkungan ( $x_4$ )	0,032	0,798
Unsur zat hara mikro/makro ( $x_5$ )	0,776	0,176
Dosis penggunaan ( $x_6$ )	-0,272	0,583
Perubahan harga ( $x_7$ )	0,212	0,804
Perbandingan harga ( $x_8$ )	-0,064	0,709
Persepsi harga ( $x_9$ )	0,145	0,734

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa faktor *loading* tertinggi pada faktor I adalah variabel tingkat mutu sebesar 0,962. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tingkat mutu mampu mempengaruhi faktor I sebesar 95,0%. Petani di Desa Selorejo lebih memilih pupuk organik yang berkualitas bagus. Pupuk organik yang mereka gunakan adalah pupuk buatan yang berasal dari kotoran hewan yang disebut dengan pupuk kandang. Mereka lebih menyukai menggunakan pupuk organik buatan sendiri karena menurut mereka pupuk organik buatan memiliki mutu yang baik. Sedangkan pada faktor II yang memiliki faktor *loading* tertinggi adalah perubahan harga sebesar 0,804. Maka dalam memutuskan membeli pupuk organik, selain mereka mempertimbangkan tingkat

mutu, petani juga tetap mempertimbangkan perubahan harga dalam menggunakan pupuk organik. Dengan demikian, dapat terlihat adanya pengelompokan dari masing-masing variabel kedalam faktor tertentu. Pengelompokan setiap variabel menjadi tiga faktor mengakibatkan adanya perubahan nama faktor karena masing-masing faktor terdiri dari berbagai macam variabel yang tergabung. Berikut adalah tabel penamaan faktor pada pupuk an-organik :

**Tabel 30. Perumusan Atribut Produk dari Faktor yang Terbentuk pada Pupuk An-organik**

Faktor	Penamaan factor	Variabel	Faktor loading
1	Faktor mutu, manfaat dan sifat produk	Tingkat mutu ( $x_3$ )	0,910
		Kepuasan terhadap mutu ( $X_4$ )	0,811
		Hasil panen( $x_5$ )	0,926
		Unsur zat hara mikro/makro ( $x_7$ )	0,953
2	Faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan	Loyalitas terhadap merek ( $X_1$ )	0,572
		Ramah lingkungan ( $x_6$ )	0,638
		Dosis penggunaan ( $X_8$ )	0,697
		Perubahan harga ( $x_9$ )	0,599
		Persepsi harga ( $x_{11}$ )	0,797
		Ketersediaan produk ( $x_{12}$ )	0,711
3	Faktor harga dan layanan	Perbandingan harga ( $x_{10}$ )	0,781
		Promosi produk ( $x_{14}$ )	0,874

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Pembentukan nama faktor tersebut disesuaikan dengan variabel-variabel yang berkelompok pada masing-masing faktor, karena akan mempermudah dalam hal penyebutan dan perumusan faktor secara teoritis. Dari tabel 30 diatas, sangat jelas bahwa faktor 1 terdiri dari tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil jumlah panen dan unsur zat hara mikro/makro, sehingga faktor 1 diberi nama faktor mutu, manfaat dan sifat produk. Oleh sebab itu dapat diketahui bahwa faktor utama yang dipertimbangkan oleh petani di Desa Selorejo dalam pembelian pupuk an-organik adalah faktor mutu, manfaat dan sifat produk karena memiliki nilai eigen tertinggi. Faktor 2 adalah faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan karena terdiri dari loyalitas terhadap merek, ramah lingkungan, dosis penggunaan, perubahan harga, persepsi harga dan ketersediaan produk secara bersama-sama mempengaruhi untuk membeli pupuk an-organik pada faktor kedua. Selanjutnya faktor 3 mencakup variabel perbandingan harga dan promosi

produk sehingga diberi nama faktor harga dan layanan. Sedangkan untuk pengelompokan variabel pada pupuk organik dapat dilihat pada tabel 31 :

**Tabel 31. Perumusan Atribut Produk dari Faktor yang Terbentuk pada Pupuk Organik**

Faktor	Penamaan faktor	Variabel	Faktor loading
1	Faktor mutu, manfaat dan sifat produk	Tingkat mutu ( $x_1$ )	0,962
		Kepuasan terhadap mutu ( $x_2$ )	0,933
		Hasil panen ( $x_3$ )	0,951
		Unsur zat hara mikro/makro ( $x_5$ )	0,776
2	Faktor manfaat, sifat produk dan harga	Ramah lingkungan ( $x_4$ )	0,798
		Dosis Penggunaan ( $x_6$ )	0,583
		Perubahan harga ( $x_7$ )	0,804
		Perbandingan harga ( $x_8$ )	0,709
		Persepsi harga ( $x_9$ )	0,734

Sumber : diolah dari data primer, 2011

Berdasarkan tabel 31 diatas, bahwa faktor 1 terdiri dari tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil panen dan unsur zat hara mikro/makro sehingga faktor 1 diberi nama faktor mutu, manfaat dan sifat produk. Oleh sebab itu dapat diketahui bahwa faktor utama yang dipertimbangkan oleh petani di Desa Selorejo dalam pembelian pupuk organik adalah faktor mutu, manfaat dan sifat produk karena memiliki nilai eigen tertinggi. Sedangkan faktor 2 adalah faktor manfaat, sifat produk dan harga karena terdiri dari ramah lingkungan, dosis penggunaan, perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga.

Tabel Matriks Komponen Transformasi menunjukkan bahwa pada pupuk an-organik mempunyai nilai komponen diatas 0,5. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor I, faktor II dan faktor III mempunyai nilai yang positif sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing faktor memiliki kaitan yang besar dalam mendukung proses pembelian pupuk an-organik yang dilakukan oleh petani. Begitu pula dengan pupuk organik, nilai matriks komponen diatas 0,5 yang menunjukkan bahwa faktor I dan faktor II juga mempunyai nilai yang positif sehingga pada masing-masing faktor yang terbentuk memiliki kaitan yang besar dalam mendukung proses pembelian pupuk organik yang dilakukan oleh petani. Berikut adalah tabel Matriks Komponen Transformasi pada pupuk an-organik dan organik :

**Tabel 32. Matriks Komponen Transformasi**

Pupuk	Faktor	Nilai komponen transformasi
Pupuk An-organik	1	0,657
	2	0,784
	3	0,834
Pupuk Organik	1	0,978
	2	0,978

Sumber : diolah dari data primer, 2011

### 5.6.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Model Faktor

Analisis faktor dimulai dengan pengujian variabel-variabel yang bisa dilakukan proses *factoring*, melakukan ekstraksi variabel, rotasi jika diperlukan dan diakhiri dengan penamaan faktor. Namun demikian masih diperlukan satu tahapan lagi yang seharusnya juga dilakukan, yaitu validitas dan reliabilitas model faktor yang terbentuk.

Validitas model faktor dapat ditafsirkan berdasarkan koefisien gamma (*faktor loading*) untuk setiap korelasi antara setiap variabel dengan faktornya. *Faktor loading* menggambarkan seberapa kuat variabel-variabel saling menyatu (koheren) mewakili sebuah faktor tertentu. Jika semua *faktor loading* pada sebuah faktor tinggi maka dapat diartikan bahwa variabel-variabel yang mendukung faktor tersebut koheren, artinya bersumber dari konsep yang sama. Suatu faktor dikatakan valid jika seluruh *faktor loading* yang dimilikinya lebih besar dari 0,5 (minimal mampu menjelaskan model faktor 50%).

Hasil rotasi faktor pada pupuk an-organik dan organik seperti yang terlihat pada tabel 30 dan 31 memberikan informasi mengenai validitas tiga faktor yang terbentuk. Faktor tersebut dinyatakan valid karena seluruh variabel yang mendukung faktor memiliki nilai *faktor loading* diatas 0,5. Hal ini menjelaskan bahwa variabel yang mendukung faktor tersebut adalah koheren, artinya bersumber dari konsep yang sama. Selain itu, validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya.

Kelompok variabel yang mewakili sebuah faktor perlu diuji reliabilitasnya juga. Reliabilitas model faktor menerangkan apakah analisis faktor dapat diandalkan atau dapat memberikan hasil model faktor yang tidak berbeda bila dilakukan kembali dengan subyek yang sama. Berikut ini perhitungan reliabilitas

model faktor menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Kim dan Mueller (1995) dalam Retnaningsih (2007) sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :  $\alpha$  = *alpha Cronbach* (koefisien Reabilitas)

k = jumlah variabel

$h^2$  = rata-rata komunalitas baru

Perhitungan reliabilitas pada pupuk an-organik ataupun pada pupuk organik dapat dilihat pada lampiran 16 dan 21 dimana hasil ketiga faktor reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas diatas 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa analisa faktor dapat diandalkan atau dapat memberikan hasil model faktor yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran terhadap subyek yang sama. Hasil uji reliabilitas pada analisis faktor pada lampiran 16 dan 21 dapat dilihat pada tabel 33 berikut :

**Tabel 33. Hasil Uji Reliabilitas Model Faktor Pupuk An-organik dan Pupuk Organik**

PUPUK	FAKTOR	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
PUPUK AN-ORGANIK	1	0.973	Reliabel
	2	0.924	Reliabel
	3	0.905	Reliabel
PUPUK ORGANIK	1	0,975	Reliabel
	2	0,930	Reliabel

Sumber : Lampiran 11

\*> 0.5 reliabel

Sumber : diolah dari data primer, 2011

### 5.6.6 Interpretasi Faktor

#### A. Pupuk An-organik

Interpretasi hasil analisis faktor mengacu pada hasil rotasi faktor yang membagi 12 variabel ke dalam 3 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli pupuk an-organik. Dengan total varian sebesar 69,637 %, maka dapat dikatakan bahwa model faktor yang dijelaskan dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh petani sebesar 69,637 %. Hal penting

lainnya yang ada dalam interpretasi faktor adalah penamaan faktor yang terbentuk. Penamaan faktor ini sangat subyektif tergantung dari pemikiran masing-masing orang karena tidak ada ketentuan baku dalam proses penamaan faktor ini. Untuk lebih rinci faktor-faktor tersebut dapat dilihat dibawah ini :

### **1. Faktor 1 (faktor mutu, manfaat dan sifat produk)**

Faktor mutu, manfaat dan sifat produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen (petani) dalam menentukan keputusan pembelian pupuk an-organik. Hal ini terlihat dari persentase varian sebesar 37,790%, yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 37,790% dari seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi petani dalam mempengaruhi keputusan pembelian pupuk an-organik. Variabel-variabel dalam faktor ini berasal dari tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil jumlah panen dan unsur zat hara mikro/makro. Dengan demikian, keempat variabel tersebut merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan oleh petani dalam memutuskan pembelian pupuk an-organik. Berikut variabel-variabel yang mendukung berturut-turut mulai dari nilai loading tertinggi sampai terendah.

- a. Variabel tingkat mutu ( $X_3$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,910. Hal ini berarti variabel tingkat mutu memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor mutu sebesar 0,910. Tingkat mutu atau kualitas dari suatu produk adalah hal yang dipertimbangkan petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk an-organik. Karena dengan tingkat mutu yang baik maka dapat sesuai dengan apa yang diharapkan petani jeruk di Desa Selorejo.
- b. Variabel kepuasan terhadap mutu ( $X_4$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,811. Hal ini berarti variabel kepuasan terhadap mutu memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor mutu sebesar 0,811. Setiap konsumen pasti ingin mendapatkan kepuasan yang maksimal pada saat mereka mengkonsumsi suatu barang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 81,1% petani mempertimbangkan kepuasan terhadap mutu dalam membeli pupuk an-organik. Hal itu mengakibatkan sebagian besar petani sangat selektif dalam memilih atau menentukan produk yang akan dibeli.

- c. Variabel hasil panen ( $X_5$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,926. Hal ini berarti variabel hasil panen memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor manfaat sebesar 0,926. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 92,6% petani mempertimbangkan hasil panen dalam membeli pupuk an-organik. Karena dalam hal ini berkaitan langsung dengan keuntungan yang didapatkan petani jika hasil panen yang mereka dapatkan tinggi.
- d. Variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_7$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,953. Hal ini berarti variabel unsur zat hara mikro/makro memiliki korelasi terhadap faktor sifat produk sebesar 0,953. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 95,3% petani mempertimbangkan unsur zat hara mikro/makro dalam membeli pupuk an-organik. Karena dengan terpebuhinya unsur zat hara makro/mikro nantinya akan berpengaruh pada hasil panen yang diperoleh petani jeruk.

## 2. Faktor 2 (faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan)

Faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan ini merupakan faktor kedua yang juga dipertimbangkan atau berpengaruh bagi petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk an-organik. Dukungan untuk faktor ini adalah sebesar 22,556% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 22,556%. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kedua ini adalah loyalitas merek, dosis penggunaan, ramah lingkungan, perubahan harga, persepsi harga dan ketersediaan produk. Berikut variabel-variabel yang mendukung berturut-turut mulai dari nilai loading tertinggi sampai terendah.

- a. Variabel loyalitas terhadap merek ( $X_1$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,572. Hal ini berarti variabel ini memiliki korelasi terhadap faktor II sebesar 0,572. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 57,2% petani mempertimbangkan loyalitas terhadap merek dalam membeli pupuk an-organik. Petani akan melakukan pembelian pupuk an-organik dengan merek yang sama jika merek pupuk an-organik yang mereka gunakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh petani.
- b. Variabel ramah lingkungan ( $X_6$ ) memiliki nilai sebesar 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ini berkorelasi dengan faktor 2 sebesar 0,638.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 63,8% petani mempertimbangkan kandungan zat hara pupuk an-organik yang ramah terhadap lingkungan. Sebagian besar petani di Desa Selorejo mengerti tentang dampak yang ditimbulkan dari penggunaan pupuk an-organik terhadap lingkungan khususnya pada kondisi tanah pertanian mereka. Namun dalam hal ini penggunaan pupuk ramah lingkungan ini bukan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan petani jeruk di Desa Selorejo.

- c. Variabel dosis penggunaan ( $X_8$ ) memiliki nilai sebesar 0,697. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dosis penggunaan berkorelasi dengan faktor 2 yaitu faktor sifat produk sebesar 0,697. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 69,7% petani masih mempertimbangkan anjuran dosis penggunaan pada pupuk an-organik. Namun dosis penggunaan pupuk an-organik ini bukan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan petani. Karena beberapa petani memiliki pemikiran, dengan ditambahkan dosis pupuk maka akan semakin cepat dan banyak tanaman tersebut menghasilkan buah.
- d. Variabel perubahan harga ( $X_9$ ) memiliki nilai sebesar 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perubahan harga berkorelasi dengan faktor 2 yaitu faktor harga sebesar 0,599. Perubahan harga yang dimaksud adalah naik atau turunnya harga pupuk an-organik. Jika dalam kondisi harga naik, maka petani masih mempertimbangkan dalam memutuskan membeli produk tersebut.
- e. Variabel persepsi harga ( $X_{11}$ ) memiliki nilai loading tertinggi yaitu sebesar 0,797 dan berkorelasi dengan faktor II sebesar nilai loadingnya. Persepsi harga pupuk an-organik masing-masing petani mempengaruhi mereka dalam memutuskan membeli produk tersebut.
- f. Variabel ketersediaan produk ( $X_{12}$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,711 dan menunjukkan bahwa variabel ini berkorelasi dengan faktor 3 sebesar 0,711. Kemudahan produk disini dapat diartikan petani memilih pupuk an-organik karena mudah diperoleh pada kios-kios pertanian.

### 3. Faktor 3 (faktor harga dan layanan)

Faktor harga dan layanan merupakan faktor ketiga yang dipertimbangkan oleh petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk an-organik. Dukungan untuk faktor ini sebesar 11,319% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 11,319%. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor ketiga ini adalah persepsi harga dan ketersediaan produk. Berikut variabel-variabel yang mendukung.

- a. Variabel perbandingan harga ( $X_{10}$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,781 dan menunjukkan bahwa variabel perbandingan harga ini berkorelasi dengan faktor 3 yaitu faktor harga sebesar nilai loadingnya. Perbandingan harga disini adalah harga pupuk an-organik di kios dengan harga-harga pupuk an-organik yang lain dan memiliki fungsi yang hampir sama. Beberapa petani jeruk di Desa Selorejo masih mempetimbangkan perbandingan harga pupuk antar kios.
- b. Variabel promosi produk ( $X_{14}$ ) memiliki nilai loading tertinggi yaitu sebesar 0,874 dan menunjukkan bahwa variabel ini berkorelasi dengan faktor 3 yaitu faktor layanan pelengkap sebesar 0,874. Dari faktor loading yang ada bahwa promosi produk tidak terlalu mempengaruhi petani dalam dalam memutuskan untuk menggunakan pupuk an-organik karena mereka lebih mempercayai produk pupuk an-organik yang biasanya telah mereka gunakan.

## B. Pupuk Organik

Interpretasi hasil analisis faktor pada pupuk organik juga mengacu pada hasil rotasi faktor yang membagi 10 variabel ke dalam 2 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli pupuk organik. Total varian sebesar 67,097%, maka dapat dikatakan bahwa model faktor yang dijelaskan dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh petani sebesar 67,097%. Hal penting lainnya yang ada dalam interpretasi faktor adalah penamaan faktor yang terbentuk. Untuk lebih rinci faktor-faktor tersebut dapat dilihat dibawah ini :

### 1. Faktor 1 (faktor mutu, manfaat dan sifat produk)

Pada pupuk organik faktor mutu, manfaat dan sifat produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen (petani) dalam menentukan keputusan pembelian pupuk organik. Hal ini terlihat dari persentase varian sebesar 38,761%, yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 38,761% dari seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi petani dalam mempengaruhi keputusan pembeliannya. Variabel-variabel dalam faktor mutu, manfaat dan sifat produk ini berasal dari tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil panen dan unsur zat hara mikro/makro. Dengan demikian, keempat variabel tersebut merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan oleh petani dalam memutuskan pembelian pupuk organik. Berikut variabel-variabel yang mendukung berturut-turut mulai dari nilai loading tertinggi sampai terendah.

- a. Variabel tingkat mutu ( $X_1$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,962. Hal ini berarti variabel tingkat mutu memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor mutu sebesar 0,962. Tingkat mutu atau kualitas dari suatu produk adalah hal utama yang dipertimbangkan petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk organik.
- b. Variabel kepuasan terhadap mutu ( $X_2$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,933. Hal ini berarti variabel kepuasan terhadap mutu memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor mutu sebesar 0,933. Setiap konsumen pasti ingin mendapatkan kepuasan yang maksimal pada saat mereka mengonsumsi suatu barang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 93,3% petani mempertimbangkan kepuasan terhadap mutu dalam membeli pupuk organik. Hal itu mengakibatkan sebagian besar konsumen sangat selektif dalam memilih atau menentukan produk yang akan dibeli.
- c. Variabel hasil panen ( $X_3$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,951. Hal ini berarti variabel hasil panen memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor manfaat sebesar 0,951. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 95,1% petani mempertimbangkan hasil panen dalam membeli pupuk organik.
- d. Variabel unsur zat hara mikro/makro ( $X_5$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,776. Hal ini berarti variabel ini memiliki korelasi terhadap faktor I yaitu faktor sifat produk sebesar 0,776. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa

77,6% petani mempertimbangkan unsur zat hara mikro/makro dalam membeli pupuk organik.

## 2. Faktor 2 (faktor manfaat, sifat produk dan harga)

Faktor manfaat, sifat produk dan harga ini merupakan faktor kedua yang juga dipertimbangkan atau berpengaruh bagi petani dalam memutuskan untuk membeli pupuk organik. Dukungan untuk faktor ini adalah sebesar 28,337% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 28,337%. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kedua ini adalah ramah lingkungan, dosis penggunaan, perubahan harga, perbandingan harga dan persepsi harga. Berikut variabel-variabel yang mendukung berturut-turut mulai dari nilai loading tertinggi sampai terendah.

- a. Variabel ramah lingkungan ( $X_4$ ) memiliki nilai sebesar 0,798. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ramah lingkungan berkorelasi dengan faktor 2 yaitu faktor manfaat sebesar 0,798. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 79,8% petani mempertimbangkan kandungan zat hara pupuk organik yang ramah terhadap lingkungan. Namun dalam hal ini penggunaan pupuk organik yang ramah lingkungan belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan petani di Desa Selorejo.
- b. Variabel dosis penggunaan ( $X_7$ ) memiliki nilai sebesar 0,583. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dosis penggunaan berkorelasi dengan faktor 3 yaitu faktor sifat produk sebesar 0,583. Kebanyakan dari petani tidak terlalu mempertimbangkan anjuran dosis penggunaan pada pupuk organik.
- b. Variabel perubahan harga ( $X_7$ ) memiliki nilai sebesar 0,804. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perubahan harga berkorelasi dengan faktor 2 yaitu faktor harga sebesar 0,804. Perubahan harga yang dimaksud adalah naik atau turunnya harga pupuk organik. Jika dalam kondisi harga naik, maka petani masih mempertimbangkan dalam memutuskan membeli produk organik. Hal ini memang wajar dikarenakan biaya produksi yang dikeluarkan petani pun besar.
- c. Variabel perbandingan harga ( $X_8$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,709 dan berkorelasi dengan faktor II yaitu faktor harga sebesar nilai loadingnya.

Perbandingan harga disini adalah harga pupuk organik bermerek di kios dengan harga-harga pupuk organik yang lain dan memiliki fungsi yang hampir sama.

- d. Variabel persepsi harga ( $X_9$ ) memiliki nilai loading sebesar 0,734 dan berkorelasi dengan faktor II yaitu faktor harga sebesar nilai loadingnya. Persepsi harga pupuk organik masing-masing petani mempengaruhi mereka dalam memutuskan membeli produk tersebut.

### 5.7 Pembahasan Hasil Analisis

Bedasarkan hasil yang telah dianalisis sebelumnya, dapat diketahui variabel-variabel atau faktor mana yang paling dipertimbangkan atau yang mempengaruhi petani di Desa Selorejo dalam proses pembelian pupuk an-organik dan organik. Pada pupuk an-organik terdapat tiga faktor dominan yang dipertimbangkan. Sedangkan pada pupuk organik terdapat dua faktor dominan yang juga dipertimbangkan petani dalam menggunakan pupuk organik.

#### A. Pupuk An-organik

Pupuk an-organik adalah pupuk hasil proses rekayasa secara kimia, fisik atau biologis dan merupakan hasil industri atau pabrik pembuat pupuk. Dalam hal ini pupuk an-organik berfungsi untuk memenuhi kebutuhan unsur hara makro yang di butuhkan dalam jumlah banyak dan mutlak guna meningkatkan hasil panen jeruk. Pupuk an-organik yang dibutuhkan tanaman jeruk dan yang digunakan oleh petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pupuk urea, NPK, TSP, KCL dan ZA. Keputusan pembelian pupuk an-organik dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah produk itu sendiri. Elemen produk yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan adalah masalah atribut yang melekat pada pupuk an-organik. Pada pupuk an-organik terdapat tiga faktor dominan yang dipertimbangkan dalam menggunakan pupuk an-organik.

#### 1. Faktor mutu, manfaat dan sifat produk

- a. Faktor mutu ( tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu )

Faktor pertama yang dipertimbangkan atau yang mempengaruhi petani di Desa Selorejo dalam pembelian pupuk an-organik adalah faktor mutu. Faktor

mutu ini terdiri dari dua variabel yaitu tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu. Mutu atau kualitas merupakan faktor yang paling penting dalam pemasaran. Sebagian besar petani di Desa Selorejo lebih memilih merek pupuk an-organik yang berkualitas bagus. Hal ini berkaitan juga dengan pengalaman berusahatani yang telah mereka lakukan. Biasanya semakin tua usia seseorang, maka semakin banyak pengalamannya untuk membedakan suatu produk apakah berkualitas atau tidak. Sehingga petani dapat memilih pupuk mana yang memiliki mutu bagus. Karena dengan mutu yang bagus maka akan memberikan hasil yang maksimal terhadap panen mereka sehingga keuntungan yang diperoleh akan maksimal juga. Seorang konsumen juga akan merasa puas apabila keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu merek telah terpenuhi. Demikian pula dengan petani di Desa Selorejo, mereka akan membeli salah satu merek pupuk an-organik apabila mereka puas terhadap hasil atau mutu yang diberikan oleh merek tersebut. Petani disana lebih mementingkan mutu suatu merek pupuk an-organik. Hal ini dikarenakan jika merek tersebut memiliki mutu yang bagus maka petani akan merasa puas menggunakan merek tersebut. Dengan demikian, petani di Desa Selorejo akan memilih untuk membeli merek pupuk an-organik tersebut.

b. Faktor manfaat dan sifat produk (hasil panen dan unsur zat hara mikro/makro)

Pada umumnya mutu yang baik tidak terlepas dari manfaat yang diperoleh dan sifat produk yaitu hasil jumlah panen dan unsur zat hara mikro/makro. Hal tersebut merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan apabila menginginkan mutu yang baik. Itulah sebabnya, mengapa petani menganggap bahwa sifat produk yang terdapat pada pupuk an-organik adalah suatu hal yang penting dan patut dipertimbangkan dalam setiap membeli pupuk an-organik. Walaupun tingkat pendidikan sebagian besar dari petani jeruk di Desa Selorejo rendah, petani jeruk memiliki pengetahuan tentang pupuk an-organik dan pupuk organik yang baik untuk tanaman jeruk. Oleh karena itu unsur zat hara mikro/makro ini sangat dipertimbangkan oleh petani karena mereka menganggap kandungan zat yang terdapat pada pupuk an-organik ini sangat penting karena terkait dengan hasil panen. Petani di Desa Selorejo ini lebih mementingkan hasil panen yang diberikan oleh suatu pupuk an-organik. Apabila suatu merek pupuk an-organik dapat

memberikan hasil panen yang banyak maka akan dapat menarik minat petani di Desa Selorejo untuk menggunakan pupuk an-organik tersebut. Karena dengan semakin banyak hasil panen yang diperoleh maka akan memberikan keuntungan yang maksimal bagi petani jeruk di Desa Selorejo.

## **2. Faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan**

### **a. Faktor merek ( loyalitas merek )**

Faktor merek termasuk dalam faktor kedua yang dipertimbangkan petani dalam menggunakan pupuk an-organik. Petani akan selalu membeli produk yang mereka butuhkan, tapi produk pupuk an-organik yang mana yang mereka beli dan bagaimana mereka membuat keputusan itu erat hubungannya dengan perasaan mereka terhadap merek-merek produk pupuk an-organik yang ditawarkan. Petani akan memberikan loyalitas dan kepercayaannya pada merek selama merek tersebut sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh petani. Apabila merek pupuk an-organik yang telah mereka gunakan memberikan hasil panen yang memuaskan maka mereka akan tetap menggunakan merek tersebut meskipun terdapat banyak merek dipasaran. Sehingga semakin baik pencitraan sebuah merek pupuk an-organik akan menyebabkan petani semakin percaya pada merek tersebut dan akan mempengaruhi persepsi yang baik terhadap merek tersebut. Maka sebaiknya pemasar harus bisa mempromosikan merek karena merek adalah nama produk yang bisa membedakan antara produk satu dan yang lainnya.

### **b. Faktor manfaat dan sifat produk (ramah lingkungan dan dosis penggunaan)**

Dosis pupuk yaitu kepekatan larutan dan jumlah larutan yang dibutuhkan oleh tanaman. Dalam menentukan dosis yang tepat untuk masing-masing tanaman memang sulit. Selain dosis masing-masing pupuk berbeda, peranannya terhadap tanaman pun berbeda. Untuk itu cara yang paling tepat adalah mengikuti petunjuk pada kemasannya. Namum terkadang didalam kemasan tersebut tidak dicantumkan jumlah dosis yang seharusnya digunakan dalam setiap kali pemupukan. Bahkan ada pula produk pupuk yang petunjuk pada kemasannya menggunakan bahasa asing yang sukar dipahami oleh petani. Sehingga petani cenderung menggunakan dosis sesuai dengan keinginan dan pengalaman mereka. Bahkan sebagian petani di Desa Selorejo ini terkadang memberikan dosis yang

berlebihan pada tanaman jeruk tersebut dengan harapan dapat memperoleh hasil yang maksimal. Padahal akibat dari penggunaan pupuk an-organik yang berlebihan ini dapat merusak lingkungan. Namun ada sebagian dari petani yang masih memahami tentang efek yang ditimbulkan akibat dari penggunaan pupuk an-organik yang berlebihan. Sehingga sebagian dari petani di Desa Selorejo tersebut masih mempertimbangkan dosis penggunaan pupuk yang efisien dan ramah lingkungan. Namun faktor ini bukan merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi mereka.

c. Faktor harga ( perubahan harga dan persepsi harga )

Perubahan harga dan persepsi harga disini masuk dalam salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan petani dalam menentukan keputusan pembelian mereka terhadap pupuk an-organik. Petani di Desa Selorejo juga mempertimbangkan faktor harga ini. Tetapi, faktor harga ini juga bukan merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi mereka. Hal ini karena petani di Desa Selorejo lebih mengutamakan hasil terbaik yang diberikan oleh suatu merek pupuk an-organik. Walaupun harga merek tersebut terjadi perubahan harga menjadi mahal, petani akan tetap membeli bila hasil yang diberikan sesuai dengan harga merek pupuk an-organik tersebut.

d. Faktor layanan ( ketersediaan produk )

Ketersediaan produk juga dipertimbangkan petani karena mereka menganggap keberadaan produk diberbagai tempat penjualan yang terkait dengan kemudahan konsumen untuk memperolehnya menjadi penting karena semakin mudah untuk mendapatkan produk maka semakin cepat juga aplikasi pupuk an-organik untuk tanaman jeruk yang sedang petani budidayakan.

### 3. Faktor harga dan layanan

a. Faktor harga ( perbandingan harga )

Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan pengalamannya dalam penggunaan produk pupuk an-organik, petani akan dapat menyatakan atas kesesuaian atau ketidaksesuaian harga dengan kualitas yang diberikan, dimana nantinya akan memberikan satu kepercayaan petani terhadap produk pupuk an-organik tersebut. Dalam hal ini perbandingan harga

antara merek produk pupuk an-organik yang satu dengan yang lain tidak terlalu dipertimbangkan oleh petani di Desa Selorejo dalam keputusan membeli dan menggunakan pupuk an-organik karena jika mereka telah menemukan merek produk pupuk an-organik yang dapat memberikan hasil panen yang memuaskan maka sekalipun terdapat produk dengan harga yang lebih murah mereka tidak akan mudah terpengaruh untuk mencoba produk baru tersebut.

b. Faktor layanan ( promosi produk )

Promosi produk ini merupakan sarana untuk memasarkan produk pupuk an-organik yang dibutuhkan oleh petani jeruk di Desa Selorejo. Sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan pupuk untuk dapat mempengaruhi persepsi petani jeruk di Desa Selorejo adalah brosur, poster, spanduk, harga promosi, dan undian berhadiah. Namun dalam hal ini promosi produk menjadi faktor pertimbangan terakhir atau tidak terlalu mempengaruhi petani dalam memutuskan untuk menggunakan pupuk an-organik. Biasanya petani di Desa Selorejo lebih mempercayai menggunakan pupuk an-organik berdasarkan pada pengalaman mereka. Karena semakin lama pengalaman seorang petani dalam berusahatani jeruk maka akan semakin mahir dalam memamanajemen usahatannya khususnya pada proses pemupukan.

**B. Pupuk Organik**

Pupuk yang sebagian besar atau seluruhnya terdiri dari bahan organik yang berasal dari tanaman atau hewan yang telah melalui proses rekayasa, dapat dibentuk padat atau cair yang digunakan untuk mensuplai bahan organik, memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologi tanah. Pupuk organik yang digunakan oleh petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pupuk kandang yang berasal dari kotoran hewan ternak seperti ayam, sapi dan kambing. Selain itu juga petani jeruk menggunakan pupuk organik buatan perusahaan. Namun penggunaan pupuk organik bermerek ini masih sedikit. Rata-rata mereka hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik. Pada pupuk organik terdapat dua faktor dominan yang dipertimbangkan petani.

## 1. Faktor mutu, manfaat dan sifat produk

### a. Faktor mutu ( tingkat mutu dan kepuasan terhadap mutu)

Pada pupuk an-organik yang menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian yaitu faktor mutu. Demikian juga halnya pada pupuk organik, dimana mutu merupakan faktor pertama yang dipertimbangkan oleh petani. Tingkat mutu merupakan keunggulan suatu produk yang berkaitan dengan apa yang diharapkan konsumen. Petani di Desa Selorejo lebih memilih pupuk organik yang berkualitas bagus. Pupuk organik yang mereka gunakan adalah pupuk buatan yang berasal dari kotoran hewan yang disebut dengan pupuk kandang. Mereka lebih menyukai menggunakan pupuk organik buatan sendiri karena menurut mereka pupuk organik buatan memiliki mutu yang baik bila dibandingkan dengan pupuk organik kemasan yang dibuat oleh suatu perusahaan. Seorang konsumen akan merasa puas jika keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu merek telah terpenuhi. Demikian halnya dengan petani di Desa Selorejo, mereka akan membeli pupuk organik apabila mereka puas terhadap hasil atau mutu yang diberikan oleh pupuk tersebut. Dengan mutu yang baik maka dapat memberikan kepuasan pada petani.

### b. Faktor sifat produk (hasil panen dan unsur zat hara mikro/makro)

Agar tanaman tumbuh sehat dengan hasil dan mutu jeruk tinggi, maka zat-zat hara mikro/makro tersebut jumlahnya dalam tanah harus cukup untuk memenuhi kebutuhan tanaman. Apabila salah satu zat hara tersebut jumlahnya dalam tanah tidak cukup, maka hasil dan mutu jeruk akan menurun. Unsur zat hara mikro/makro ini sangat dipertimbangkan oleh petani karena mereka menganggap kandungan zat yang terdapat pada pupuk organik ini sangat penting karena terkait dengan hasil panen. Petani di Desa Selorejo ini lebih mementingkan hasil panen yang diberikan oleh suatu pupuk organik. Apabila pupuk organik yang mereka gunakan dapat memberikan hasil panen yang banyak maka akan menarik minat petani di Desa Selorejo untuk menggunakan pupuk organik tersebut. Karena dengan semakin banyak hasil panen yang diperoleh maka akan memberikan keuntungan yang maksimal bagi petani jeruk di Desa Selorejo.

## 2. Faktor manfaat, sifat produk dan harga

### a. Faktor manfaat ( ramah lingkungan )

Pupuk organik berperan cukup besar dalam memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologis tanah serta lingkungan. Pupuk organik sangat bermanfaat bagi peningkatan produksi pertanian baik kualitas maupun kuantitas mengurangi pencemaran lingkungan, dan meningkatkan kualitas lahan secara berkelanjutan. Penggunaan pupuk organik yang ramah lingkungan ini termasuk dalam faktor kedua yang juga dipertimbangkan petani di Desa Selorejo. Sebenarnya sebagian besar dari mereka sadar betul manfaat yang didapat dari penggunaan pupuk organik ini. Namun masih ada beberapa petani disana yang tidak peduli dengan kondisi sifat fisik, kimia dan biologi tanah yang telah tercemar oleh bahan-bahan kimia akibat dari penggunaan pupuk an-organik yang terlalu berlebihan. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran dari petani di Desa Delorejo dalam upaya perbaikan agar penggunaan pupuk dapat dilakukan seefisien mungkin dan ramah lingkungan.

### b. Faktor sifat produk ( dosis penggunaan )

Takaran pupuk yang digunakan untuk memupuk satu jenis tanaman akan berbeda untuk masing-masing jenis tanah, hal ini dapat dipahami karena setiap jenis tanah memiliki karakteristik dan susunan kimia tanah yang berbeda. Oleh karena itu dosis penggunaan pupuk harus dibuat lebih rasional dan berimbang berdasarkan kemampuan tanah menyediakan hara dan kebutuhan hara tanaman itu sendiri sehingga efisiensi penggunaan pupuk dan produksi meningkat tanpa merusak lingkungan akibat pemupukan yang berlebihan. Petani di Desa Selorejo kurang mempertimbangkan dosis penggunaan pupuk organik sehingga dosis penggunaan ini termasuk dalam faktor terakhir yang dipertimbangkan oleh petani. Dosis yang digunakan oleh tiap-tiap petani jeruk disana berbeda-beda. Beberapa petani yang memiliki ternak sendiri biasanya dalam 1 tahun melakukan 3 kali pemupukan. Dan sebagian petani yang tidak memiliki ternak mereka hanya melakukan 1 kali pemupukan. Tentunya kondisi ini tidak berimbang karena pemberian pupuk an-organik yang mereka gunakan kadang melebihi dosis anjuran sebenarnya. Oleh karena itu pemupukan harus berimbang, dimana jenis dan dosis

pupuk harus sesuai dengan kebutuhan tanaman dan jumlah zat hara yang tersedia dalam tanah (tingkat kesuburan tanah).

c. Faktor harga ( perubahan harga, persepsi harga dan perbandingan harga )

Perubahan harga, persepsi harga dan perbandingan harga disini masuk dalam faktor kedua yang menjadi bahan pertimbangan petani dalam menentukan keputusan pembelian mereka terhadap pupuk organik. Sama halnya dengan pupuk an-organik, petani di Desa Selorejo juga mempertimbangkan faktor harga ini dalam memutuskan membeli pupuk organik. Tetapi faktor harga ini juga bukan merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi mereka. Hal ini karena petani di Desa Selorejo lebih mengutamakan hasil terbaik yang diberikan oleh suatu pupuk organik. Walaupun harga pupuk tersebut terjadi perubahan harga menjadi mahal, petani akan tetap membeli bila hasil yang diberikan sesuai dengan harga pupuk organik tersebut.

Selain faktor-faktor yang dipertimbangkan, ada beberapa variabel yang tidak dipertimbangkan oleh petani sehingga harus dikeluarkan dari analisis. Pada pupuk an-organik yaitu variabel nama perusahaan dan kemudahan mendapatkan informasi. Kebanyakan dari petani jeruk di Desa Selorejo ini tidak memperhatikan atau mempedulikan nama perusahaan karena mereka menganggap nama perusahaan tidak terlalu penting. Dimana mereka terkadang tidak ingat atau bahkan tidak tahu nama perusahaan dari merek pupuk yang digunakan. Sama halnya dengan kemudahan mendapatkan informasi yang tidak dipertimbangkan petani dalam menggunakan pupuk an-organik karena mereka merasa tidak terlalu membutuhkan informasi lebih banyak mengenai pupuk. Yang menjadi kebiasaan petani di Desa Selorejo yaitu apabila suatu merek pupuk an-organik yang telah mereka gunakan dapat memberikan hasil panen yang banyak maka petani cenderung tidak mau mencoba produk pupuk yang lain karena mereka takut mengalami kerugian dalam panen. Oleh karena itu kemudahan informasi tidak terlalu dipertimbangkan petani sebelum memutuskan untuk menggunakan pupuk yang mereka gunakan, karena semua itu berdasarkan pada pengalaman yang mereka alami.

Pada pupuk organik variabel merek dan layanan pelengkap tidak dimasukkan oleh peneliti ke dalam atribut yang mempengaruhi petani dalam memutuskan membeli pupuk organik. Variabel merek seperti loyalitas terhadap merek dan nama pada perusahaan pupuk tidak dipertimbangkan petani dalam menggunakan pupuk organik karena sebagian besar dari petani jeruk di Desa Selorejo lebih banyak menggunakan pupuk kandang yang berasal dari kotoran binatang ternak yang mereka miliki, sehingga masih sedikit petani yang menggunakan pupuk organik bermerek buatan perusahaan. Begitu juga dengan variabel layanan pelengkap seperti promosi produk yang tidak dipertimbangkan dalam menggunakan pupuk organik. Karena berdasarkan pengalaman yang telah mereka alami, pupuk organik dalam bentuk kemasan yang dibuat oleh perusahaan tidak memberikan hasil yang memuaskan bahkan mereka justru mengalami kerugian. Oleh karena itu jika ada promosi dari perusahaan yang menawarkan pupuk organik tidak mempengaruhi mereka untuk menggunakan pupuk tersebut.

Dengan keterangan-keterangan yang ada, baik dari data yang telah dianalisis dan yang sudah dibahas maka hal tersebut dapat menjawab hipotesis yang telah dibuat sebelumnya dalam penelitian ini. Pada hipotesis pertama diduga bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk pupuk an-organik adalah merek, mutu, manfaat, sifat produk, harga dan layanan pelengkap, sedangkan pada pupuk organik adalah faktor mutu, manfaat, sifat produk dan harga. Hal ini terbukti dengan adanya faktor yang terbentuk, dimana ketiga faktor yang terbentuk mengandung semua variabel dalam atribut produk.

Pada hipotesis kedua diduga bahwa faktor utama yang dipertimbangkan oleh petani dalam keputusan pembelian pupuk an-organik dan organik adalah merek dan mutu. Setelah dilakukan proses faktoring ternyata tidak sepenuhnya benar. Mutu pada pupuk memang menjadi pertimbangan utama petani dalam pembelian pupuk an-organik ataupun organik, tetapi konsumen tidak menjadikan merek sebagai pertimbangan utama. Hal ini dikarenakan petani lebih melihat hasil yang diperoleh pada saat panen. Sehingga merek bukan menjadi pertimbangan utama, melainkan manfaat dan sifat produk yang menjadi faktor utama dalam penggunaan pupuk an-organik ataupun organik karena tanaman dapat tumbuh

sehat dengan hasil dan mutu jeruk tinggi, apabila zat-zat hara mikro/makro tersebut jumlahnya dalam tanah telah cukup untuk memenuhi kebutuhan tanaman. Karena dengan tercukupi kebutuhan zat hara pada tanaman maka semakin banyak hasil panen yang diperoleh maka akan memberikan keuntungan yang maksimal bagi petani jeruk di Desa Selorejo.

### **5.8 Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Jeruk**

Pupuk adalah suatu bahan yang digunakan untuk mengubah sifat fisik, kimia atau biologi tanah sehingga menjadi lebih baik bagi pertumbuhan tanaman. Dalam pengertian yang khusus, pupuk adalah suatu bahan yang mengandung satu atau lebih hara tanaman. Keberhasilan dalam budidaya jeruk tidak akan lepas dari masalah pemupukan. Dalam pertanian modern, penggunaan materi yang berupa pupuk adalah mutlak untuk memacu tingkat produksi tanaman yang diharapkan. Seperti telah diketahui bersama bahwa pupuk yang diproduksi dan beredar dipasaran sangatlah beragam, baik dalam hal jenis, bentuk, ukuran, maupun kemasannya.

Petani jeruk di Desa Selorejo menggunakan pupuk an-organik dan pupuk organik dalam budidaya jeruk mereka. Masing-masing petani mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap jenis, bentuk, ukuran maupun kemasan pada pupuk. Pupuk an-organik yang dibutuhkan tanaman jeruk dan yang digunakan oleh petani jeruk di Desa Selorejo yaitu pupuk urea, NPK, TSP, KCL dan ZA. Sedangkan pupuk organik yang sebagian besar mereka gunakan adalah pupuk kandang dan beberapa petani di sana menggunakan pupuk organik tambahan yaitu pupuk organik tabur Petroganik dan pupuk organik cair POMI dan NASA. Umumnya petani di Desa Selorejo melakukan pemupukan tergantung pada kondisi tanaman jeruk manis. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam mengaplikasikan pupuk tiap-tiap petani berbeda. Pada umumnya petani di Desa Selorejo dalam pemberian pupuk an-organik dilakukan 3 kali dalam setahun. Sedangkan pemberian pupuk kandang dilakukan sekali setahun yaitu setelah panen dengan dosis 7 kg atau satu keranjang per pohon. Pada pupuk organik petroganik diberikan 2 kali yaitu pada saat memasuki awal musim hujan dan akhir musim

hujan. Sedangkan pupuk cair POMI diberikan sebanyak 3-4 kali dari tanam sampai dengan panen. Dengan pengaplikasian pupuk yang berbeda pada tiap-tiap petani maka hasil produksi yang diperoleh antara petani yang satu dengan lainnya juga berbeda. Petani yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek seperti pupuk petrogranik, pupuk POMI dan NASA memperoleh hasil produksi jeruk yang relative lebih tinggi dari pada petani yang hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik. Hasil produksi tersebut dijelaskan oleh tabel di bawah ini:

**Tabel 34. Produksi Rata-rata Usahatani Jeruk Manis di Desa Selorejo**

No	Uraian	Pupuk Organik Kandang	Pupuk Organik Bermerek
1	Jumlah Responden	30	13
2	Produksi rata-rata (kg/tahun)	38.675	70.500

Sumber : Data Primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 34 dapat dilihat bahwa rata-rata produksi jeruk manis antara petani yang hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik dengan petani yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek buatan perusahaan berbeda. Produksi jeruk manis pada petani yang hanya menggunakan pupuk kandang sebagai pupuk organik sebesar 38.675 kg/ha. Dan produksi jeruk manis pada petani yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek buatan perusahaan sebesar 70.500 kg/ha. Hal ini membuktikan bahwa petani yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek menghasilkan produksi yang lebih tinggi. Dengan hasil produksi ini seharusnya petani lebih mempertimbangkan dalam penggunaan pupuk organik bermerek, karena pada kenyataannya produksi yang diperoleh petani yang menggunakan tambahan pupuk organik bermerek lebih tinggi. Beberapa petani yang telah menggunakan pupuk organik bermerek mengatakan bahwa produksi pertama ketika menggunakan pupuk organik bermerek ini tidak begitu terlihat. Namun setelah menggunakan lebih dari 2 tahun hasil yang diperoleh sangat memuaskan. Jadi penggunaan pupuk organik ini sebaiknya dilakukan petani secara bertahap, karena dengan penggunaan pupuk organik bermerek ini nantinya dapat mengurangi dosis penggunaan pupuk an-organik. Sehingga selain hasil panen yang tinggi kondisi

tanaman akan tumbuh lebih sehat, lebih tahan terhadap serangan hama penyakit. Jadi selain perawatan yang intensif, pemupukan juga mempengaruhi hasil produksi pada tanaman jeruk.

Peran perusahaan pupuk, khususnya pada pupuk organik sangat penting untuk dapat mengubah paradigma petani yang menganggap bahwa pupuk organik bermerek buatan perusahaan tidak memberikan hasil yang memuaskan dan justru dapat merugikan. Dengan melihat kondisi pertanian yang seperti ini seharusnya produsen pupuk organik lebih meningkatkan kualitas produk. Selain peningkatan kualitas pada produk dalam hal ini perusahaan pupuk dapat melakukan kegiatan-kegiatan promosi seperti demo produk dengan mendemplot salah satu lahan petani dan memperlihatkan hasil nyata kepada para petani di Desa Selorejo. Sehingga nantinya dapat mengubah paradigma petani tentang pupuk organik bermerek.



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

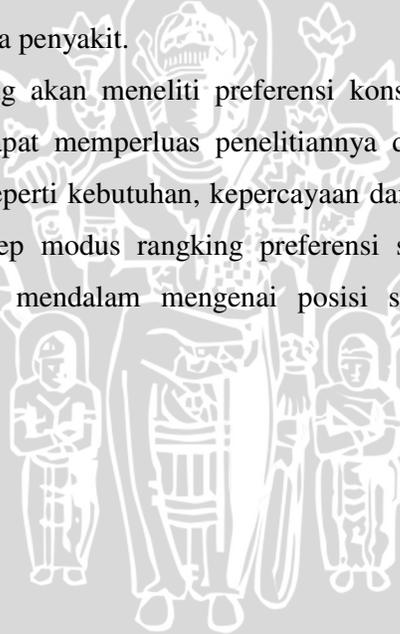
1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa petani jeruk di Desa Selorejo mempertimbangkan secara bersama-sama faktor-faktor atribut produk seperti merek, mutu, sifat produk, harga dan layanan pelengkap dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Dimana ada 3 faktor yang terbentuk pada pupuk an-organik yaitu faktor mutu, manfaat dan sifat produk yang menjadi faktor utama sebesar 37,790 %, yang menjadi faktor kedua yaitu faktor merek, manfaat, sifat produk, harga dan layanan sebesar 22,556 %, dan faktor harga dan layanan pelengkap yang merupakan faktor ketiga sebesar 9,291%. Sedangkan pada pupuk organik terdapat 2 faktor yang terbentuk yaitu dimana faktor I terdiri dari faktor mutu, manfaat dan sifat produk sebesar 38,761%, dan faktor II yaitu faktor manfaat, sifat produk dan harga sebesar 28,337%
2. Hasil analisis faktor menyatakan bahwa faktor mutu, manfaat dan sifat produk merupakan faktor utama yang dipertimbangkan petani dalam melakukan pembelian pupuk an-organik ataupun pupuk organik, karena total varian faktor mutu dan sifat produk mempunyai nilai eigen yang paling tinggi. Faktor mutu dan sifat produk ini terdiri dari variabel tingkat mutu, kepuasan terhadap mutu, hasil jumlah panen dan zat hara mikro/makro. Jadi sebagian petani jeruk di Desa Selorejo sangat mempertimbangkan mutu, manfaat dan sifat produk dalam membeli pupuk an-organik maupun pupuk organik. Karena dengan mutu yang baik dan unsur zat hara mikro/makro yang sesuai akan memberikan kepuasan kepada petani karena manfaat penggunaan pupuk pada hasil jumlah panen yang didapatkan sesuai dengan yang mereka harapkan.

### 6.2 Saran

1. Bagi pihak terkait yaitu produsen pupuk khususnya pada pupuk organik disarankan dapat menjaga kualitas produk yang dipasarkan, karena dalam keputusan menggunakan pupuk baik itu pupuk an-organik ataupun pupuk organik petani sangat mempertimbangkan mutu pada produk, manfaat yang

dihasilkan dan sifat produk yang mendukung. Dimana nantinya akan terbangun sikap kepuasan pada petani dalam menggunakan pupuk organik. Sehingga penggunaan pupuk organik ini nantinya selain dapat meningkatkan hasil produksi dapat juga bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi penggunaan pupuk an-organik dan mencegah dampak pencemaran lingkungan akibat penggunaan pupuk an-organik yang melebihi dosis anjuran.

2. Bagi petani di Desa Selorejo, dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menggunakan pupuk khususnya pada pupuk organik. Penggunaan pupuk organik sebaiknya dilakukan secara bertahap karena dengan penggunaan pupuk organik secara bertahap, nantinya akan dapat meningkatkan hasil produksi jeruk dan tanaman akan tumbuh lebih sehat serta lebih tahan terhadap serangan hama penyakit.
3. Bagi peneliti lain yang akan meneliti preferensi konsumen terhadap suatu produk, disarankan dapat memperluas penelitiannya dengan menambahkan variabel non produk seperti kebutuhan, kepercayaan dan kepuasan. Selain itu juga menambah konsep modus ranking preferensi sehingga dapat digali informasi yang lebih mendalam mengenai posisi suatu merek di mata konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, Resty. 2010. *Preferensi Petani Terhadap Insektisida Seed Treatment*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Alvita, Rizki. 2008. Hubungan Antara Persepsi Dan Preferensi Konsumen Dalam Kaitannya Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Bubuk Dan Susu Cair. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Anonymous. 2005 (a). *Pupuk Organik "Xiong Mau" Sebagai Pupuk Yang Ramah Lingkungan Serta Dapat Meningkatkan Produksi Hasil Pertanian*. Available at <http://etd.eprints.ums.ac.id/5814/1/B100050125.pdf> (Verified 19 Oktober 2010)
- Anonymous. 2009 (b). *Budidaya Jeruk*. Available at <http://budidaya.blogsome.com/2009/02/03/budidaya-jeruk/> (Verified 10 Oktober 2010)
- Anonymous. 2011 (c). *Rekomendasi Pemupukan Untuk Tanaman Jeruk*. Available at <http://kpricitrus.wordpress.com/2011/06/14/rekomendasi-pemupukan-untuk-tanaman-jeruk/> (Verified 13 Juni 2011)
- Arikunto, S. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Assael, Henry. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Second Edition. Kent Publishing Company. Boston.
- Departemen Pertanian. 2003. *Kepmen tentang Syarat dan Tata cara Pendaftaran Pupuk An-organik*.
- Dian, Alif. 2008. *Persepsi Konsumen Terhadap Apel Lokal Dan Apel Impor*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura 2003. *Strategi Pengembangan Agribisnis Jeruk di Indonesia. Lokakarya, Kontes Buah dan Temu Bisnis Pamelon Nasional, Batu-Jawa Timur, 13-14 Mei 2003*.
- Djoyohadikusuma, S., 1995. *Sumberdaya Alam dan Pembangunan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Echolst, John M. dan Hassan S. 1997. *Kamus Inggris Indonesia*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, and P.W. Miniard. 1992. *Consumer Behaviour*. Dryden Press. New York

- Engel, James F. Blackwell, Roger D. dan Miniard, Paul W. 1995. 1994. *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Budiyanto, F. X. Binarupa Aksara. Jakarta. P. 3-170
- Handoko, T.H. 2000. *Manajemen Pemasaran (Trans Gunawan Hutahuruk)*. Erlangga. Jakarta
- Hawkins, Del I. Best, Roger J. Coney, Keneth A. 2001. *Consumer Behaviour : Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill. Newyork
- Juliandi, Azuar. 2007. *Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas*. Available at <http://www.azuarjuliandi.com/elearning/> (Verified 1 Desember 2010)
- Jumin, H.B. 1997. *Perkembangan Baru Dalam Breeding Citrus Suatu Tinjauan Bioteknologi*. UIR Press. Pekanbaru.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Kusnendi. 2008. *Aplikasi Analisis Faktor Dengan Spss Versi 15.0 Bagian 1*. Available at [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) (Verified 13 Desember 2010)
- Machfudie, A. 1998. *Studi Preferensi Penggunaan PLTS di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Pacitan dan Aplikasi Metode Analisis Conjoint)*. Thesis-UB. Malang.
- Malhotra, Naresk. 1996. *Marketing Research and Applied Oriented. Second Edition*. Prentice Hall. Upper Saddle River. New Jersey.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Refika Aditama. Bandung.
- Megasavitri, A. 2008. *Analisis Preferensi Petani Terhadap Fungisida Score PT. Syngenta*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Nyanjang Rusmana, Arkat Agus Salim dan Yati Rahmiati. 2003. Penggunaan Pupuk Majemuk NPK 25-7-7 terhadap Peningkatan Produksi dan Mutu pada Tanaman Teh Menghasilkan di tanah Andisols, Kebun Ketowono, PT Perkebunan Nusantara XII. Prosiding teh Nasional 2003
- Pangesthi, Y. 2008. *Analisis Preferensi Konsumen Berdasarkan Atribut Produk Minuman Sari Buah Apel*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang

- Pramono dan Edi Siswanto. 2007. *Budidaya Apel Organik*. Available at [www.google.com](http://www.google.com). (Verified 19 Oktober 2010).
- Puslitbang Hortikultura, 2003. *Pedoman umum penelitian dan pengkajian penerapan perbaikan pengelolaan tanaman (PTT) jeruk*. 11 hlm.
- Retnaningsih, D. 2007. *Analisis Preferensi Petani Terhadap Fungisida Amistartop PT. Syngenta*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Sciffman, Leon G and Kanuk, Leslie Lazar. 1991. 2004. *Consumer Behaviour*. Prentice Hall. USA
- Setyorini, Diah. 2005. *Pupuk Organik Tingkatkan Produksi Pertanian*. Warta Penelitian Dan Pengembangan Pertanian
- Simamora, Bilson. 2002. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Singarimbun, Masri. Dan Effendi, Sofyan. 1989. 1995. *Metode Penelitian Survai*. PT Pustaka LP3ES. Jakarta. P. 3-5
- Soelarso, Ir. R. Bambang. (1997) *Budi Daya Apel*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Solomon, Michael. R. 2002. *Consumer Behaviour, Buying, having, and being, fifth edition*. Prentice-Hall International United States of America. New Jersey
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Galia Indonesia. Bogor Selatan
- Susanti, Anita. 2007. *Perbandingan Persepsi Konsumen Minimarket Indomaret dengan Alfamart di Komplek Cahaya Kemang Permai Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Suwandi, Adi (2005), *Liberalisasi Produk Pertanian*. Available at [http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data\\_access.show\\_file\\_clp?v\\_filename=F25617/Liberalisasi%20Produk%20Pertanian-SK.htm](http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data_access.show_file_clp?v_filename=F25617/Liberalisasi%20Produk%20Pertanian-SK.htm) (Verified 19 Oktober 2010)
- Swastha, D. H. Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Liberti. Yogyakarta
- Umar, Husein. 2000. *Strategic Management in Action*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Mandar Maju. Bandung.
- Wiranto, M.1992. *Ekonomi Manajerial*. Media Widya Mandala. Yogyakarta

**Lampiran 1. Kuisiонер**

Nama Petani : .....  
 Alamat : .....  
 No.Tlp : .....

**1. IDENTITAS KELUARGA PETANI**

No	Nama Anggota Keluarga	Jenis Kelamin	Usia	Status	Pendidikan	Pekerjaan Pokok	Pekerjaan Sampingan
1							
2							
3							
4							
5							

**2. PROFIL USAHATANI**

1. Sudah berapa lama anda menanam jeruk ? .....tahun
2. Berapakah jumlah luas lahan yang Anda miliki ? .....ha
3. Jenis **pupuk an-organik** apa yang biasanya anda gunakan ?
  - a. Jenis pupuk .....
  - b. Jenis pupuk .....
  - c. Jenis pupuk .....
  - d. Jenis pupuk .....
  - e. Jenis pupuk .....
4. Jenis **pupuk an-organik** apa yang biasanya anda gunakan ?
  - a. Jenis pupuk .....
  - b. Jenis pupuk .....
  - c. Jenis pupuk .....
  - d. Jenis pupuk .....
  - e. Jenis pupuk .....

**A. Pertanyaan mengenai atribut Merek Pupuk an-organik.**

1. Apakah loyalitas (kesetiaan) terhadap merek **pupuk an-organik** mempengaruhi anda waktu menggunakan pupuk?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi
2. Apabila tidak terdapat merek **pupuk an-organik** yang anda inginkan, apakah akan mempengaruhi anda dalam menunda pembelian pupuk tersebut?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi
3. Apakah citra perusahaan produk **pupuk an-organik** mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi

4. Apakah nama perusahaan yang tertera pada **pupuk an-organik** mempengaruhi anda waktu menggunakan pupuk?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

**B. Pertanyaan mengenai atribut Mutu Pupuk an-organik.**

1. Apakah kualitas **pupuk an-organik** mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk**?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi
2. Apabila merek **pupuk an-organik** memberikan hasil yang memuaskan terhadap panen Anda, apakah akan mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi
3. Apakah kepercayaan terhadap merek **pupuk an-organik** mempengaruhi anda membeli pupuk tersebut?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

### C. Pertanyaan mengenai atribut Manfaat Pupuk an-organik.

1. Apakah hasil produktivitas **pupuk an-organik** terhadap jumlah panen mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk an-organik** ?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

2. Apakah sifat pupuk yang ramah lingkungan mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk an-organik** ?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

### D. Pertanyaan mengenai atribut Sifat Produk Pupuk an-organik.

1. Apakah kandungan zat hara makro/mikro mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk an-organik** ?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

2. Apakah dosis penggunaan **pupuk an-organik** mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk an-organik** ?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

### E. Pertanyaan mengenai atribut Harga Pupuk an-organik.

1. Apabila terjadi perubahan harga pada **pupuk an-organik**, apakah akan mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?

- Sangat mempengaruhi
- Mempengaruhi
- Netral
- Tidak mempengaruhi
- Sangat tidak mempengaruhi

2. Apabila harga merek **pupuk an-organik** yang anda beli lebih mahal dari merek lain, apakah akan mempengaruhi dalam pembelian pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

3. Apabila harga merek **pupuk an-organik** yang anda beli lebih murah dari merek lain, apakah akan mempengaruhi dalam pembelian pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

4. Apabila merek **pupuk an-organik** memiliki harga yang mahal dengan kualitas bagus, apakah akan mempengaruhi anda membeli pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

5. Apabila merek **pupuk an-organik** memiliki harga yang murah dengan kualitas bagus, apakah akan mempengaruhi Anda membeli pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- d. Tidak mempengaruhi

- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- e. Sangat tidak mempengaruhi

6. Apabila merek **pupuk an-organik** memiliki harga yang murah dengan kualitas tidak bagus apakah akan mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

#### F. Pertanyaan mengenai atribut Layanan Pupuk an-organik.

1. Bagaimana ketersediaan produk **pupuk an-organik** pada toko/kios ?

- a. Sangat mudah didapat
- b. Mudah didapat
- c. Biasa saja
- d. Sulit didapat
- e. Sangat sulit didapat

2. Bagaimana informasi yang bisa anda dapatkan dari **pupuk an-organik** ?

- a. Sangat baik
- b. Baik
- c. Netral
- d. Tidak baik
- e. Sangat tidak baik

3. Apakah promosi dari spanduk dan poster yang ditempel di toko dan tepi jalan serta pemberian doorprice mempengaruhi bagi anda untuk menumbuhkan minat beli ?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi

**A. Pertanyaan mengenai atribut Mutu Pupuk organik.**

1. Apakah kualitas **pupuk organik** mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk**?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi
2. Apabila **pupuk organik** yang anda gunakan memberikan hasil yang memuaskan terhadap panen Anda, apakah akan mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi
3. Apakah kepercayaan terhadap merek **pupuk organik** mempengaruhi anda membeli pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi



**B. Pertanyaan mengenai atribut Manfaat Pupuk organik.**

1. Apakah hasil produktivitas **pupuk organik** terhadap jumlah panen mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk organik** ?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi
2. Apakah sifat pupuk yang ramah lingkungan mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk organik** ?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi

**C. Pertanyaan mengenai atribut Sifat Produk Pupuk organik.**

1. Apakah kandungan zat hara makro/mikro mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk organik** ?
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Netral
  - d. Tidak mempengaruhi
  - e. Sangat tidak mempengaruhi

2. Apakah dosis penggunaan **pupuk organik** mempengaruhi keputusan anda dalam menggunakan **pupuk organik** ?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

**D. Pertanyaan mengenai atribut Harga Pupuk organik.**

1. Apabila terjadi perubahan harga pada **pupuk organik**, apakah akan mempengaruhi andadalam membeli pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

2. Apabila harga merek **pupuk organik** yang anda beli lebih mahal dari merek lain, apakah akan mempengaruhi dalam pembelian pupuk tersebut?

- a. Sangat mempengaruhi
- b. Mempengaruhi
- c. Netral
- d. Tidak mempengaruhi
- e. Sangat tidak mempengaruhi

3. Apabila harga merek **pupuk organik** yang anda beli lebih murah dari merek lain, apakah akan mempengaruhi dalam pembelian pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi
4. Apabila merek **pupuk organik** memiliki harga yang mahal dengan kualitas bagus, apakah akan mempengaruhi anda membeli pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi
5. Apabila merek **pupuk organik** memiliki harga yang murah dengan kualitas bagus, apakah akan mempengaruhi Anda membeli pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi
6. Apabila merek **pupuk organik** memiliki harga yang murah dengan kualitas tidak bagus apakah akan mempengaruhi anda dalam membeli pupuk tersebut?
- Sangat mempengaruhi
  - Mempengaruhi
  - Netral
  - Tidak mempengaruhi
  - Sangat tidak mempengaruhi



Lampiran 2. Dokumentasi



Wawancara Dengan Petani Jeruk



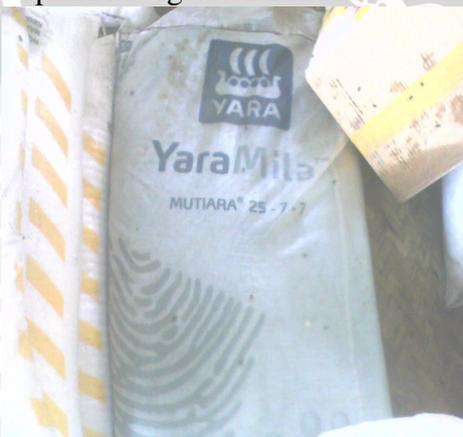
Pupuk An-organik Nitrogen



Pupuk An-organik NPK Phonska



Pupuk An-organik ZA



Pupuk An-organik Muiara



Pupuk An-organik NPK 16

Lampiran 3. Data Responden

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Usahatani (th)	Luas Lahan (ha)	Jenis Pupuk Yang Digunakan	
								An-Organik	Organik
1	Patah	Laki-laki	58	SD	Petani	20	0.5	NPK Mutiara, TSP, ZA, Urea	Kandang
2	Suiswanto	Laki-laki	38	SD	Petani, Pegawai Desa	12	0.5	TSP, ZA, Urea, Phonska	Kandang
3	Juwanto	Laki-laki	45	SD	Petani	10	0.25	ZA, Urea, NPK	Kandang
4	Sukaji	Laki-laki	45	SD	Petani	15	0.5	NPK Phonska, ZA, Urea	Kandang
5	Priyanto	Laki-laki	50	SD	Petani, Pedagang jeruk	21	1	Urea, ZA, NPK Mutiara	Kandang
6	Suroso	Laki-laki	60	SLTP	Petani, Wiraswasta	10	0.5	NPK Mutiara, TSP, ZA, Urea	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
7	Purwoto	Laki-laki	45	SD	Petani, Pedagang jeruk	16	1	NPK Mutiara, Urea, TSP, ZA	Kandang, pupuk cair (pomi)
8	Rohmat	Laki-laki	43	SD	Petani	21	1	Urea, TSP, ZA, Mutiara	Kandang
9	Paniri	Laki-laki	42	SD tidak tamat	Petani, Pedagang jeruk	18	4	NPK phonska, TSP, ZA, Urea	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
10	Kartomo	Laki-laki	70	SD	Petani, Berternak	15	0.5	Urea, ZA, NPK, TSP	Kandang
11	Kademin	Laki-laki	70	SD	Petani, Berternak	12	0.5	TSP, KCL, Urea, ZA	Kandang
12	Inarti	Wanita	43	SD	Petani	7	0.75	TSP, KCL, Urea, ZA, NPK phonska	Kandang
13	Kasto	Laki-laki	67	SD	Petani, Penstunan Perhutani	8	1	Urea, TSP	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
14	Suadi	Laki-laki	52	SD	Petani	15	2	ZA, TSP, NPK Phonska	Kandang
15	Mujtono	Laki-laki	45	D3	Petani	15	1	Urea, ZA, NPK Mutiara, TSP	Kandang

## Lampiran 3..... (Lanjutan)

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Usahatani (th)	Luas Lahan (ha)	Jenis Pupuk Yang Digunakan	
								An-Organik	Organik
16	Sanadi	Laki-laki	60	SD	Petani, Wiraswasta (toko)	25	1	ZA, NPK Phonska,Urea, TSP	Kandang, pupuk cair (pomi)
17	Sapawi	Laki-laki	65	SD	Petani	15	1.5	ZA, NPK, Urea, TSP	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
18	Hj. Piyah	Laki-laki	60	SMA	Petani	35	2.5	Urea, ZA, NPK Mutiara	Kandang
19	Hj. Kalil	Laki-laki	63	SD	Petani	42	2	ZA, NPK phonska, Urea, TSP	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
20	Sucipto	Laki-laki	48	SD	Petani	20	1	Urea, TSP, ZA, NPK Mutiara	Kandang
21	Jama Ali	Laki-laki	53	SD tidak tamat	Petani	18	0.75	ZA, NPK, TSP, Urea	Kandang
22	Ngateno	Laki-laki	30	SLTP	Petani	25	2	Urea, TSP, ZA, Mutiara	Kandang, pupuk cair (NASA)
23	Sanuri	Laki-laki	55	SD	Petani	25	0.75	NPK Mutiara, TSP, ZA	Kandang
24	Tarmun	Laki-laki	48	SD tidak tamat	Petani	14	0.5	NPK Mutiara, ZA, TSP, Urea	Kandang
25	Suparno	Laki-laki	59	SD	Petani	17	1	ZA, TSP, Urea, NPK	Kandang
26	Panaji	Laki-laki	45	SD	Petani	15	0.5	Urea, TSP, ZA, NPK Mutiara	Kandang
27	Mulyono	Laki-laki	39	SD	Petani, Penebang kayu	15	0.2	TSP, ZA, Urea, NPK Phonska	Kandang
28	Suparmi	Wanita	50	SD	Petani, Pedagang sembako	3	0.125	TSP, KCL, Urea, ZA	Kandang
29	Minto	Laki-laki	63	SD	Petani	30	1	NPK Mutiara, Urea, TSP, ZA	Kandang
30	Saim	Laki-laki	54	SD	Petani	23	0.5	TSP, KCL, Urea, ZA	Kandang, pupuk tabur (petroganik)

## Lampiran 3.....(Lanjutan)

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Usahatani (th)	Luas Lahan (ha)	Jenis Pupuk Yang Digunakan	
								An-Organik	Organik
31	Mislan	Laki-laki	49	SD tidak tamat	Petani	18	0.5	ZA, NPK, Urea, TSP	Kandang
32	Sutomo	Laki-laki	58	SD	Petani	22	1	Urea, ZA, NPK Phonska, TSP	Kandang
33	Suwandi	Laki-laki	38	SLTP	Petani, Pedagang jeruk	10	1.5	Urea, ZA, NPK Mutiara	Kandang
34	Saleh	Laki-laki	40	SMA	Petani, Pegawai desa	1	0.5	ZA, NPK, Urea, TSP	Kandang, pupuk cair (NASA)
35	Samsi	Laki-laki	66	SMA	Petani	29	0.75	Urea, TSP, NPK phonska	Kandang
36	Rudyono	Laki-laki	57	SD	Petani	17	1	ZA, NPK, Urea, TSP	Kandang
37	Wiyono	Laki-laki	33	SD	Petani	10	0.8	TSP, KCL, Urea, ZA	Kandang
38	Anang	Laki-laki	48	SMA	Petani, Pedagang jeruk	15	2	Urea, TSP, ZA, NPK Mutiara	Kandang
39	Rafun	Laki-laki	57	SD	Petani, berternak	10	0.5	NPK, Urea, ZA, TSP	Kandang, pupuk tabur (petroganik)
40	Haryanto	Laki-laki	67	SD tidak tamat	Petani	18	1	ZA, NPK Mutiara, Urea, TSP	Kandang
41	Agus	Laki-laki	59	SD	Petani	21	1	NPK Phonska, ZA, TSP, Urea	Kandang
42	Prayit	Laki-laki	64	SLTP	Petani	19	1	NPK Mutiara, TSP, ZA, Urea	Kandang, pupuk cair (NASA)
43	Suwarlin	Wanita	50	SD tidak tamat	Petani, Wiraswasta (toko)	15	0.5	Urea, ZA, NPK Phonska	Kandang, pupuk tabur (petroganik)

**Lampiran 4. Produksi Jeruk Manis Dengan Menggunakan Pupuk Kandang**

No.	Nama Responden	Luas Lahan (ha)	Jumlah Pohon	Produksi (kg/pohon)	Produksi (kg/ha)
1	Patah	0.5	500	55	27500
2	Suiswanto	0.5	500	50	25000
3	Juwanto	0.25	350	55	19250
4	Sukaji	0.5	500	45	22500
5	Priyanto	1	1000	45	45000
6	Rohmat	1	1000	45	45000
7	Kartomo	0.5	500	50	25000
8	Kademin	0.5	500	40	20000
9	Inarti	0.75	750	45	33750
10	Suadi	2	2000	45	90000
11	Mujiono	1	1000	35	35000
12	Hj. Piyah	2.5	2500	50	125000
13	Sucipto	1	1000	45	45000
14	Jama Ali	0.75	750	40	30000
15	Sanuri	0.75	750	45	33750
16	Tarmun	0.5	500	35	17500
17	Suparno	1	1000	40	40000
18	Panaji	0.5	500	35	17500
19	Mulyono	0.2	350	35	12250
20	Suparmi	0.125	150	30	4500
21	Minto	1	1000	50	50000
22	Mislan	0.5	500	45	22500
23	Sutomo	1	1000	50	50000
24	Suwandi	1.5	1500	35	52500
25	Samsi	0.75	750	45	33750
26	Rudyono	1	1000	45	45000
27	Wiyono	0.8	800	35	28000
28	Anang	2	2000	40	80000
29	Haryanto	1	1000	40	40000
30	Agus	1	1000	45	45000
<b>TOTAL</b>		<b>26.375</b>	<b>26650</b>	<b>1295</b>	<b>125000</b>

**Lampiran 5. Produksi Jeruk Manis Dengan Menggunakan Pupuk Organik Bermerek**

No.	Nama Responden	Luas Lahan (ha)	Jumlah Pohon	Produksi (kg/pohon)	Produksi (kg/ha)
1	Suroso	0.5	500	52	26000
2	Purwoto	1	1000	55	55000
3	Paniri	4	4000	60	240000
4	Kasto	1	1000	50	50000
5	Sanadi	1	1000	53	53000
6	Sapawi	1.5	1500	65	97500
7	Hj. Kalil	2	2000	60	120000
8	Ngateno	2	2000	55	110000
9	Saim	0.5	500	55	27500
10	Saleh	0.5	500	45	22500
11	Rafiun	0.5	500	55	27500
12	Prayit	1	1000	60	60000
13	Suwarlin	0.5	500	55	27500
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>16000</b>	<b>720</b>	<b>916500</b>

Lampiran 6. Tingkat Kepentingan Pupuk An-organik

No Responden	Tingkat Kepentingan																					
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	4.1	4.2	5.1	6.1	7.1	8.1	9.1	10.1	10.2	11.1	11.2	11.3	12.1	13.1	14.1		
1	5	5	2	4	5	5	5	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
2	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	1	2	2	2	4	4	5	5	4	1		
3	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	2	5	5	5	4	4	5	4	4	4		
4	2	1	4	2	5	5	5	5	2	5	2	2	2	1	4	4	3	4	4	2		
5	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	4	5	2	2	4	4	5	5	4	3		
6	2	2	3	3	5	5	4	5	2	5	2	5	2	2	4	4	5	4	5	2		
7	3	5	3	3	5	5	5	5	2	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	3		
8	3	3	3	3	5	5	5	5	2	5	1	2	2	2	3	3	5	5	4	3		
9	5	5	2	2	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3		
10	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	3		
11	3	3	3	3	4	4	5	4	2	4	2	2	2	1	4	4	5	4	4	1		
12	3	3	5	5	4	4	4	4	2	4	2	2	1	1	4	4	5	3	4	1		
13	3	3	2	2	5	5	4	5	2	5	2	1	1	2	4	4	5	3	3	1		
14	2	2	3	3	4	4	4	4	1	4	2	2	2	2	4	4	2	4	3	2		
15	4	4	2	2	5	5	5	5	3	5	2	2	1	1	4	4	5	4	3	2		
16	4	5	3	3	5	5	5	5	3	5	2	2	2	2	5	5	5	5	3	2		
17	5	5	2	2	4	4	5	4	3	4	3	2	1	1	5	5	5	5	3	2		
18	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	2	2	1	1	4	4	5	4	3	2		
19	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4		
20	5	5	2	2	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	3	3		
21	5	4	2	2	4	4	5	4	3	4	2	2	1	1	4	4	4	3	5	1		
22	5	4	2	2	5	5	5	5	2	5	2	2	2	1	2	4	2	4	5	2		

Lampiran 6.....(Lanjutan)

No Responden	Tingkat Kepentingan																			
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	4.1	4.2	5.1	6.1	7.1	8.1	9.1	10.1	10.2	11.1	11.2	11.3	12.1	13.1	14.1
23	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
24	5	5	3	3	4	4	5	4	1	4	1	2	2	1	4	4	5	4	5	2
25	5	4	2	2	5	5	5	5	3	5	1	3	1	1	4	4	5	4	4	2
28	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	5	4	3
29	5	4	1	1	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5	2
30	5	4	2	2	5	5	5	5	3	5	2	2	2	1	4	4	5	4	5	2
31	5	4	2	2	4	5	5	5	2	5	4	2	1	1	5	5	5	5	5	1
32	3	3	5	5	4	4	5	4	1	4	1	1	1	1	4	4	5	2	3	3
33	5	5	2	2	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	1
34	5	5	2	2	5	5	5	5	2	5	1	2	1	1	4	4	5	4	5	3
35	5	4	2	2	5	5	5	4	1	5	2	2	2	2	4	4	5	5	5	2
36	5	4	1	1	5	5	5	4	2	4	1	5	2	2	5	5	5	5	5	2
37	5	5	2	2	4	4	5	4	3	4	2	2	2	2	4	4	5	4	4	2
38	5	5	2	2	5	5	5	5	3	5	2	2	2	2	4	4	5	4	3	1
39	5	5	4	4	5	5	5	5	2	5	3	5	2	2	4	4	3	4	4	1
40	5	5	1	1	4	4	5	4	3	4	2	5	2	2	4	4	5	4	3	2
41	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3
42	5	4	3	3	4	4	5	4	2	4	2	2	5	5	4	4	5	4	4	4
43	5	4	1	1	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2
43	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	2	1	2	4	5	5	5	4	3

**Lampiran 7. Tingkat Kepentingan Pupuk Organik**

No Responden	Tingkat Kepentingan												
	1.1	2.1	2.2	3.1	4.1	5.1	6.1	7.1	8.1	8.2	9.1	9.2	9.3
1	5	5	5	5	2	5	2	2	5	5	4	4	3
2	5	5	5	5	3	5	1	2	2	2	4	4	3
3	5	5	5	5	2	5	2	2	1	2	3	3	2
4	5	5	5	5	2	5	2	2	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2	4	4	5
6	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	3
7	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3
8	5	4	4	5	1	5	1	3	4	4	4	4	5
9	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	3
10	5	5	5	5	5	5	1	2	3	2	4	4	5
11	4	4	4	4	3	4	5	2	2	1	4	4	5
12	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5
13	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3
14	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2
15	5	5	5	5	2	5	2	2	1	1	4	4	3
16	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2	5	5	3
17	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5	5	3
18	4	4	4	4	3	4	4	2	1	1	4	4	5
19	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	5
20	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4	3
21	4	4	4	4	2	4	4	2	2	1	3	3	2
22	5	5	5	5	3	5	5	1	2	1	3	3	3
23	4	4	4	4	1	4	1	2	2	1	4	4	3
24	5	5	5	5	1	5	1	3	1	2	4	4	3
25	5	5	5	5	2	3	2	2	2	3	3	3	5
28	5	5	5	5	1	5	1	2	3	3	3	3	3
29	5	5	5	5	2	5	2	2	2	1	3	3	4
30	4	4	4	5	2	5	4	3	1	1	5	5	5
31	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	2	2	3
32	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	5	3
33	5	5	5	5	2	5	1	2	1	1	4	4	5
34	5	4	5	5	2	3	2	2	1	2	2	2	5
35	4	5	4	4	1	4	1	2	2	2	2	2	3

**Lampiran 7.....(Lanjutan)**

No Responden	Tingkat Kepentingan												
	1.1	2.1	2.2	3.1	4.1	5.1	6.1	7.1	8.1	8.2	9.1	9.2	9.3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
36	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5
38	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3
39	4	4	4	4	3	4	5	1	2	2	4	4	5
40	5	5	5	5	2	5	2	2	2	3	4	4	5
41	4	4	4	4	5	4	2	2	5	4	2	2	5
42	5	5	5	4	2	4	2	3	4	3	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3





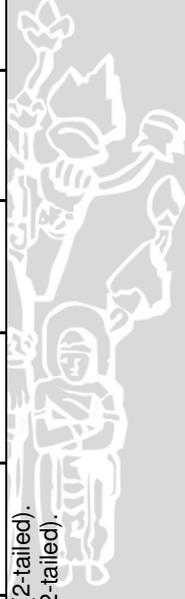


Lampiran 8.....(Lanjutan)

	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X3.1	X4.1	X4.2	X5.1	X6.1	X7.1
X11.3 Pearson Correlation	.134	.192	.004	.028	-.017	.003	.078	-.076	.001	-.037
Sig. (2-tailed)	.391	.216	.980	.857	.912	.987	.618	.630	.997	.814
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X12.1 Pearson Correlation	.348*	.447**	-.280	-.335*	.349*	.401**	.224	.336*	.425**	.299
Sig. (2-tailed)	.022	.003	.069	.028	.022	.008	.149	.028	.005	.051
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X13.1 Pearson Correlation	.224	.025	-.085	-.091	.087	.150	.233	.151	-.046	.088
Sig. (2-tailed)	.149	.875	.589	.562	.579	.338	.133	.334	.770	.576
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X14.1 Pearson Correlation	.154	.261	.007	-.142	.165	.104	.187	.247	.280	.127
Sig. (2-tailed)	.323	.091	.964	.364	.291	.506	.229	.111	.069	.417
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL Pearson Correlation	.564**	.678**	-.141	-.270	.407**	.408**	.444**	.408**	.614**	.349*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.367	.080	.007	.007	.003	.007	.000	.022
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

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







Lampiran 8.....(Lanjutan)

	X8.1	X9.1	X10.1	X10.2	X11.1	X11.2	X11.3	X12.1	X13.1	X14.1	TOTAL
X11.3 Pearson Correlation	-.149	-.021	-.022	.020	.280	.077	1	.106	-.022	.057	.168
Sig. (2-tailed)	.341	.894	.887	.897	.069	.624		.499	.891	.719	.282
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X12.1 Pearson Correlation	.423**	.504**	.430**	.463**	.464**	.559**	.106	1	.074	.264	.676**
Sig. (2-tailed)	.005	.001	.004	.002	.002	.000	.499		.637	.087	.000
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X13.1 Pearson Correlation	-.103	.127	.008	-.050	-.011	.106	-.022	.074	1	-.229	.120
Sig. (2-tailed)	.511	.418	.961	.750	.945	.501	.891	.637		.140	.443
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X14.1 Pearson Correlation	.147	.318*	.577**	.572**	.069	.093	.057	.264	-.229	1	.548**
Sig. (2-tailed)	.348	.038	.000	.000	.661	.552	.719	.087	.140		.000
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL Pearson Correlation	.485**	.711**	.751**	.797**	.495**	.551**	.168	.676**	.120	.548**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.282	.000	.443	.000	
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

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

BRAWIJAYA





Lampiran 9.....(Lanjutan)

	X1.1	X2.1	X2.2	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1	X7.1	X8.1	X8.2	X9.1	X9.2	X9.3	TOTAL
X9.3														
Pearson Correlation	-.041	-.178	-.091	-.041	.087	-.206	-.099	.029	-.026	-.040	.059	.059	1	.126
Sig. (2-tailed)	.795	.253	.562	.795	.580	.185	.527	.856	.869	.798	.706	.706		.423
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL														
Pearson Correlation	.332*	.293	.323*	.302*	.717**	.396**	.400**	.733**	.684**	.700**	.705**	.705**	.126	.1
Sig. (2-tailed)	.029	.056	.035	.049	.000	.009	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.423	
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

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



**Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Pupuk An-organik**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	16

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.3953	1.04971	43
X1.2	4.1628	1.04495	43
X3.1	4.6047	.49471	43
X4.1	4.6279	.48908	43
X4.2	4.7907	.55883	43
X5.1	4.5349	.50468	43
X6.1	2.8140	1.21999	43
X7.1	4.5814	.49917	43
X8.1	2.2791	.98381	43
X9.1	3.1163	1.43443	43
X10.1	2.6047	1.57570	43
X10.2	2.5116	1.54876	43
X11.1	4.2093	.59993	43
X11.2	4.2791	.50359	43
X12.1	4.3023	.70828	43
X14.1	2.2558	.97817	43



Lampiran 10.....(Lanjutan)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	55.6744	70.272	.494	.860
X1.2	55.9070	68.896	.581	.856
X3.1	55.4651	76.826	.345	.866
X4.1	55.4419	76.872	.345	.866
X4.2	55.2791	76.111	.374	.865
X5.1	55.5349	76.779	.343	.866
X6.1	57.2558	65.576	.658	.851
X7.1	55.4884	77.494	.264	.868
X8.1	57.7907	71.788	.438	.863
X9.1	56.9535	62.855	.666	.851
X10.1	57.4651	59.874	.726	.848
X10.2	57.5581	59.157	.777	.844
X11.1	55.8605	74.932	.460	.863
X11.2	55.7907	75.169	.532	.862
X12.1	55.7674	71.754	.651	.856
X14.1	57.8140	71.536	.458	.862



**Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Pupuk Organik**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	11

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.5814	.49917	43
X2.2	4.5581	.50249	43
X3.1	4.5814	.49917	43
X4.1	2.7442	1.31100	43
X5.1	4.4884	.59250	43
X6.1	2.7442	1.49751	43
X7.1	2.4651	.95988	43
X8.1	2.9070	1.39410	43
X8.2	2.7907	1.33734	43
X9.1	3.9070	.86778	43
X9.2	3.9070	.86778	43

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	35.0930	36.515	.203	.777
X2.2	35.1163	36.534	.198	.777
X3.1	35.0930	36.658	.179	.779
X4.1	36.9302	28.066	.590	.735
X5.1	35.1860	35.488	.304	.771
X6.1	36.9302	31.971	.223	.799
X7.1	37.2093	30.169	.654	.732
X8.1	36.7674	27.659	.572	.738
X8.2	36.8837	27.772	.598	.734
X9.1	35.7674	31.135	.630	.737
X9.2	35.7674	31.135	.630	.737

Lampiran 12. Uji Interdependensi Variabel dalam Analisis factor Pupuk An-organik

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.666
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	299.945
TSPhericity Df	66
Sig.	.000

**Anti-image Matrices**

	X1	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X14
Anti-image Covariance												
X1.Loyalitas Merek	.507	.085	-.204	.068	-.158	-.042	.005	-.074	.047	.037	-.095	-.077
X3.Tingkat Mutu	.085	.167	-.094	.040	-.025	-.077	.093	-.094	.022	-.003	-.028	-.035
X4.Kepuasan Mutu	-.204	-.094	.277	-.075	.076	.037	-.008	.053	-.042	-.058	.015	.055
X5. Hasil Jumlah Panen	.068	.040	-.075	.106	-.047	-.073	-.005	-.067	.056	.006	-.008	-.094
X6. Ramah Lingkungan	-.158	-.025	.076	-.047	.443	.025	-.058	.039	-.167	-.096	.008	.098
X7. Unsur Zat Hara	-.042	-.077	.037	-.073	.025	.081	-.030	.073	-.033	.015	-.006	.059
X8. Dosis Penggunaan	.005	.093	-.008	-.005	-.058	-.030	.645	-.128	.015	-.095	-.098	4.836
X9.Perubahan Harga	-.074	-.094	.053	-.067	.039	.073	-.128	.380	-.156	.000	-.056	E-5 .098
X10.Perbandingan Harga	.047	.022	-.042	.056	-.167	-.033	.015	-.156	.261	-.023	-.021	-.216
X11.Persepsi Harga	.037	-.003	-.058	.006	-.096	.015	-.095	.000	-.023	.601	-.192	.072
X12.Kemudahan Mendapatkan Produk	-.095	-.028	.015	-.008	.008	-.006	-.098	-.056	-.021	-.192	.492	-.021
X14.Promosi Produk	-.077	-.035	.055	-.094	.098	.059	4.836	.098	-.216	.072	-.021	.507

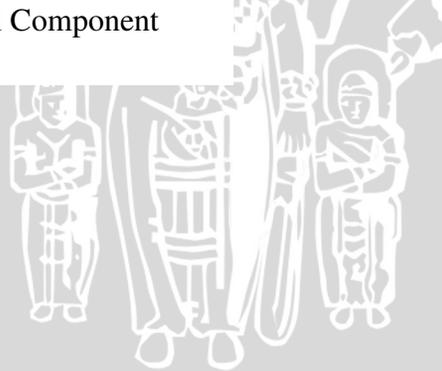




**Lampiran 13.....(Lanjutan)****Communalities**

	Initial	Extraction
X1.Loyalitas Merek	1.000	.391
X3.Tingkat Mutu	1.000	.841
X4.Kepuasan Mutu	1.000	.735
X5. Hasil Jumlah Panen	1.000	.871
X6. Ramah Lingkungan	1.000	.602
X7.Unsur Zat Hara Makro/mikro	1.000	.907
X8. Dosis Penggunaan	1.000	.489
X9.Perubahan Harga	1.000	.609
X10.Perbandingan Harga	1.000	.846
X11.Persepsi Harga	1.000	.638
X12.Kemudahan Mendapatkan Produk	1.000	.642
X14.Promosi Produk	1.000	.785

Extraction Method: Principal Component Analysis.



### Lampiran 14. Nilai Komponen Matrik Pupuk An-organik

Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
X1.Loyalitas Merek	.553	.259	-.133
X3.Tingkat Mutu	.646	-.650	.039
X4.Kepuasan Mutu	.708	-.473	-.098
X5. Hasil Jumlah Panen	.597	-.742	-.014
X6. Ramah Lingkungan	.658	-.661	.039
X7.Unsur Zat Hara Makro/mikro	.473	.398	-.327
X8. Dosis Penggunaan	.616	.470	.029
X9.Perubahan Harga	.662	.403	.090
X10.Perbandingan Harga	.654	.510	.398
X11.Persepsi Harga	.526	.377	-.468
X12.Kemudahan Mendapatkan Produk	.743	.176	-.243
X14.Promosi Produk	.473	.173	.729

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

**Lampiran 15. Rotasi factor Pupuk An-organik**

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
X1.Loyalitas Merek	.142	.572	.209
X3.Tingkat Mutu	.910	.059	.097
X4.Kepuasan Mutu	.811	.268	.066
X5. Hasil Jumlah Panen	.926	.061	.099
X6. Ramah Lingkungan	.014	.638	.441
X7.Unsur Zat Hara Makro/mikro	.953	.007	.002
X8. Dosis Penggunaan	-.015	.697	.056
X9.Perubahan Harga	.094	.599	.490
X10.Perbandingan Harga	.002	.485	.781
X11.Persepsi Harga	.037	.797	-.047
X12.Kemudahan Mendapatkan Produk	.327	.711	.170
X14.Promosi Produk	.149	.010	.874

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3
1	.621	.657	.428
2	-.784	.529	.326
3	-.012	-.538	.843

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

**Lampiran 16. Uji Reliabilitas Model**

**Faktor Pupuk An-organik**

**Faktor I**

Variabel	Komunalitas
X <sub>3</sub>	0.910
X <sub>4</sub>	0.811
X <sub>5</sub>	0.926
X <sub>7</sub>	0.953
Total	3.6
h <sup>2</sup>	0.9

$$\alpha_1 = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

$$\alpha_1 = \frac{4 \times 0.9}{1 + (4-1)0.9}$$

$$\alpha_1 = \frac{3.6}{3.7}$$

$$\alpha_1 = 0.973$$

**Faktor II**

Variabel	Komunalitas
X <sub>1</sub>	0.572
X <sub>6</sub>	0.638
X <sub>8</sub>	0.697
X <sub>9</sub>	0.599
X <sub>11</sub>	0.797
X <sub>12</sub>	0.711
Total	4.014
h <sup>2</sup>	0.669

$$\alpha_1 = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

$$\alpha_1 = \frac{6 \times 0.669}{1 + (6-1)0.669}$$

$$\alpha_1 = \frac{4.014}{4.345}$$

$$\alpha_1 = 0.924$$

**Faktor III**

Variabel	Komunalitas
X <sub>10</sub>	0.781
X <sub>14</sub>	0.874
Total	1.655
h <sup>2</sup>	0.827

$$\alpha_1 = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

$$\alpha_1 = \frac{2 \times 0.827}{1 + (2-1)0.827}$$

$$\alpha_1 = \frac{1.654}{1.827}$$

$$\alpha_1 = 0.905$$

Lampiran 17. Uji Interdependensi Variabel dalam Analisis Faktor Pupuk Organik

## KMO and Bartlett's Test

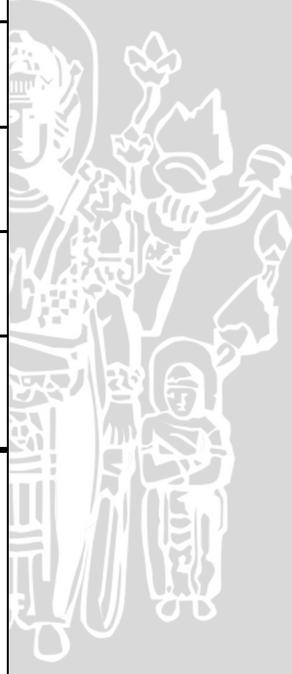
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.669
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	261.237
TSPhericity Df	36
Sig.	.000

## Anti-image Matrices

	X1.	X3.	X4.	X5.	X6.	X7.	X8.	X9.
Anti-image Covariance								
X1. Tingkat Mutu	.050	-.051	-.041	.039	-.003	.036	-.010	-.056
X2. Kepuasan Mutu	-.051	.076	.005	-.061	.014	-.017	.025	.051
X3. Hasil Jumlah Panen	-.041	.005	.130	.005	-.104	-.052	-.042	.079
X4. Ramah Lingkungan	.039	-.061	.005	.471	-.037	-.182	-.205	-.133
X5. Unsur Zat Hara	-.003	.014	-.104	-.037	.412	.044	.063	-.020
X6. Dosis Penggunaan	.036	-.017	-.052	-.182	.044	.696	.145	-.090
X7. Perubahan Harga	-.010	.025	-.042	-.205	.063	.145	.386	-.119
X8. Perbandingan Harga	-.056	.051	.079	-.133	-.020	-.090	-.119	.609
X9. Persepsi Harga	.000	-.009	.051	.053	-.173	-.174	-.231	.003

## Lampiran 17 .....(Lanjutan)

	X1.	X3.	X4.	X5.	X6.	X7.	X8.	X9.
Anti-image Correlation	.656 <sup>a</sup>	-.832	-.506	.257	-.022	.193	-.072	-.323
X1. Tingkat Mutu								
X2. Kepuasan Mutu	-.832	.698 <sup>a</sup>	.050	-.320	.077	-.074	.147	.236
X3. Hasil Jumlah Panen	-.506	.050	.768 <sup>a</sup>	.020	-.449	-.173	-.187	.280
X4. Ramah Lingkungan	.257	-.320	.020	.597 <sup>a</sup>	-.084	-.317	-.480	-.248
X5. Unsur Zat Hara	-.022	.077	-.449	-.084	.781 <sup>a</sup>	.082	.157	-.039
X6. Dosis Penggunaan	.193	-.074	-.173	-.317	.082	.518 <sup>a</sup>	.280	-.138
X7. Perubahan Harga	-.072	.147	-.187	-.480	.157	.280	.594 <sup>a</sup>	-.245
X8. Perbandingan Harga	-.323	.236	.280	-.248	-.039	-.138	-.245	.620 <sup>a</sup>
X9. Persepsi Harga	-.005	-.045	.201	.109	-.382	-.295	-.524	.005



## Lampiran 18. Ekstraksi Faktor Reduksi Pupuk Organik

## Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Total	% of Variance
1	3.488	38.761	3.488	38.761	3.448	38.313
2	2.550	28.337	2.550	28.337	2.591	28.784
3	.879	9.769				
4	.754	8.380				
5	.531	5.899				
6	.400	4.449				
7	.261	2.903				
8	.104	1.156				
9	.031	.347				
						Cumulative %
						38.761
						67.097
						76.866
						85.246
						91.145
						95.594
						98.497
						99.653
						100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.



**Lampiran 18.....(Lanjutan)****Communalities**

	Initial	Extraction
X1. Tingkat Mutu	1.000	.926
X2. Kepuasan Mutu	1.000	.871
X3. Hasil Jumlah Panen	1.000	.905
X4. Ramah Lingkungan	1.000	.637
X5. Unsur Zat Hara	1.000	.633
X6. Dosis Penggunaan	1.000	.307
X7. Perubahan Harga	1.000	.691
X8. Perbandingan Harga	1.000	.507
X9. Persepsi Harga	1.000	.560

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Lampiran 19. Nilai Komponen Matrik Reduksi Pupuk Organik****Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
X1. Tingkat Mutu	.936	-.224
X2. Kepuasan Mutu	.909	-.210
X3. Hasil Jumlah Panen	.924	-.228
X4. Ramah Lingkungan	.196	.774
X5. Unsur Zat Hara	.796	.011
X6. Dosis Penggunaan	-.166	.528
X7. Perubahan Harga	.374	.743
X8. Perbandingan Harga	.084	.707
X9. Persepsi Harga	.294	.688

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Lampiran 20. Rotasi Faktor Pupuk Organik

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
X1. Tingkat Mutu	.962	-.026
X2. Kepuasan Mutu	.933	-.017
X3. Hasil Jumlah Panen	.951	-.032
X4. Ramah Lingkungan	.032	.798
X5. Unsur Zat Hara	.776	.176
X6. Dosis Penggunaan	-.272	.483
X7. Perubahan Harga	.212	.804
X8. Perbandingan Harga	-.064	.709
X9. Persepsi Harga	.145	.734

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2
1	.978	.207
2	-.207	.978

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

**Lampiran 21. Uji Reliabilitas Model  
Faktor Pupuk Organik**

**Faktor I**

Variabel	Komunalitas
X <sub>1</sub>	0,962
X <sub>2</sub>	0,933
X <sub>3</sub>	0,951
X <sub>5</sub>	0,776
Total	3.622
h <sup>2</sup>	0.905

$$\alpha_1 = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

$$\alpha_1 = \frac{4 \times 0.905}{1 + (4-1)0.905}$$

$$\alpha_1 = \frac{3.622}{3.715}$$

$$\alpha_1 = 0.975$$

**Faktor II**

Variabel	Komunalitas
X <sub>4</sub>	0,798
X <sub>6</sub>	0,583
X <sub>7</sub>	0,804
X <sub>8</sub>	0,709
X <sub>9</sub>	0,734
Total	3.628
h <sup>2</sup>	0.725

$$\alpha_1 = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

$$\alpha_1 = \frac{5 \times 0.725}{1 + (5-1)0.725}$$

$$\alpha_1 = \frac{3.628}{3.9}$$

$$\alpha_1 = 0.930$$