

**HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN DENGAN LOYALITAS PETANI
TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BENIH JAGUNG PAKAN
HIBRIDA DI DESA PURWODADI, KECAMATAN
DONOMULYO, KABUPATEN MALANG**

**Oleh
LAELI ANA SLAVIA PRATIWI**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Hubungan Tingkat Kepuasan Dengan Loyalitas Petani Terhadap Pembelian Produk Benih Jagung Pakan Hibrida Di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang

Nama : Laeli Ana Slavia Pratiwi

NIM : 155040107111024

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Disetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,




Nur Baladina, SP.MP.

Wiwit Widyawati, SP., MP.

NIP. 19820214200812012

NIK. 2016079007232001

Mengetahui

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Hery Toiba, SP., MP., Ph.D.

NIP. 197209082003121001

Tanggal Persetujuan: 01 AUG 2019



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I,



Dr. Fitria Dina Riana, SP., MP
NIP. 197509192003122003

Penguji II,



Andrean Eka H, SP., MP., M.BA
NIK. 201679008181001

Penguji III,



Nur Baladina, SP.MP.
NIP. 19820214200812012

Penguji IV,

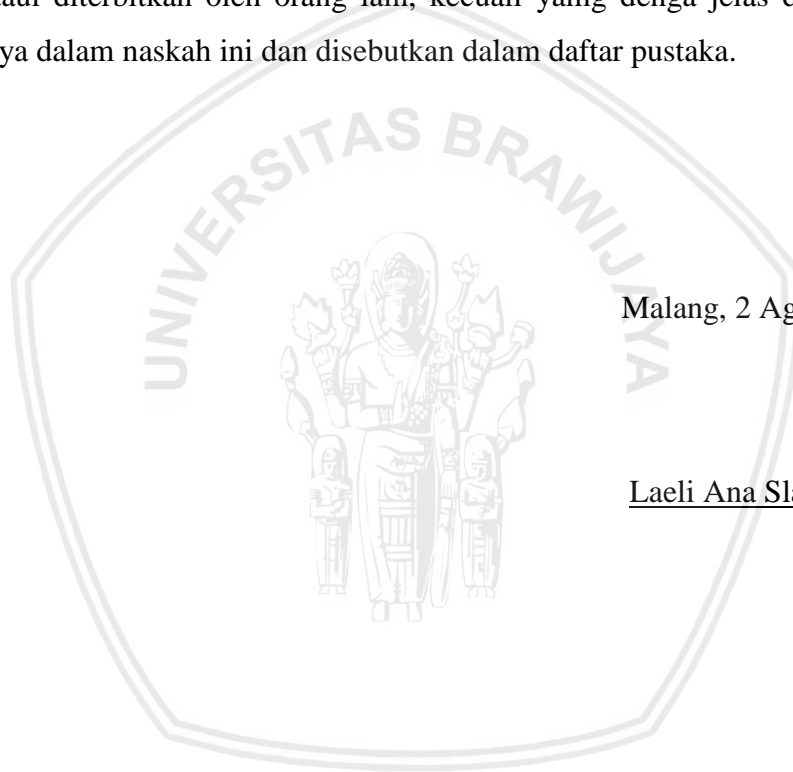


Wiwit Widawati, SP., MP.
NIK. 2016079007232001

Tanggal Lulus: 01 AUG 2019

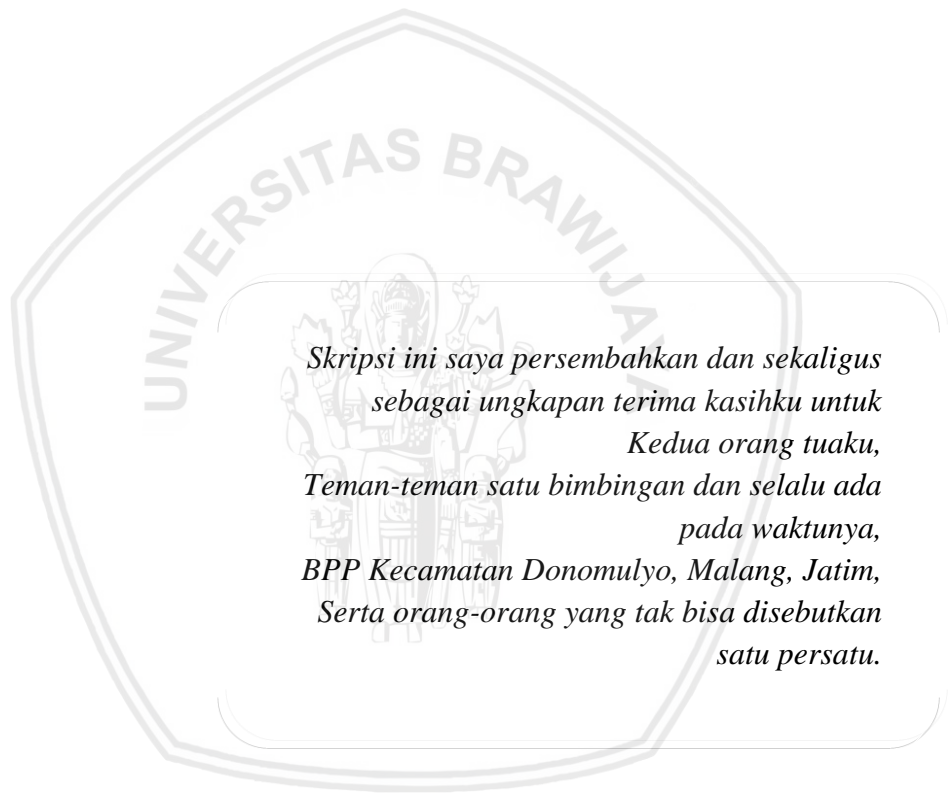
PERNYATAAN

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



Malang, 2 Agustus 2019

Laeli Ana Slavia Pratiw



*Skripsi ini saya persembahkan dan sekaligus
sebagai ungkapan terima kasihku untuk
Kedua orang tuaku,
Teman-teman satu bimbingan dan selalu ada
pada waktunya,
BPP Kecamatan Donomulyo, Malang, Jatim,
Serta orang-orang yang tak bisa disebutkan
satu persatu.*

RINGKASAN

Laeli Ana Slavia Pratiwi 155040107111024. Hubungan Tingkat Kepuasan Dengan Loyalitas Petani Terhadap Pembelian Produk Benih Jagung Pakan Hibrida Di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Dibawah bimbingan Nur Baladina, SP., MP sebagai Pembimbing Utama dan Wiwit Widyawati, SP., MP. sebagai Pembimbing Pendamping.

Permintaan jagung untuk konsumsi pakan dan bahan makanan pada tahun 2017 dan 2018 masing-masing sebesar 19,2 juta ton dan 20,3 juta ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2018). Membuktikan jagung menjadi komoditas yang mulai dikembangkan sebagai alternatif bahan pangan, termasuk juga jagung pakan. Tuntutan untuk meningkatkan produksi jagung pakan membuat pasar benih jagung pakan hibrida menjadi pasar yang potensial bagi produsen benih seiring dengan peningkatan kebutuhan benih jagung pakan hibrida itu sendiri. Berdasarkan *key informant* di kantor Badan Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Donomulyo di Desa Purwodadi sebagai salah satu daerah sentra produksi jagung pakan memiliki fenomena yang menunjukkan adanya permintaan untuk memenuhi kebutuhan pakan ternak di desa tersebut. Produk benih jagung pakan Bisi 2 sebagai pemimpin pasar, dikarenakan sebagian besar petani lebih memilih benih tersebut untuk usahatannya terutama dari segi kuantitas produksi yakni daya tumbuh yang baik dari produk lain. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini ialah (1) Menganalisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk benih jagung pakan Bisi 2 di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang, (2) Menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung pakan Bisi 2 di Desa Purwodadi, (3) Menganalisis tingkat loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan Bisi 2 di Desa Purwodadi, (4) Menganalisis hubungan tingkat kepuasan dengan loyalitas petani membeli benih jagung pakan Bisi 2 di Desa Purwodadi.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2019 di wilayah Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang dengan pertimbangan bahwa petani di desa tersebut telah menggunakan dan telah melakukan penanaman benih jagung pakan minimal tiga kali musim tanam ketika penelitian dilakukan. Responden penelitian ini merupakan petani jagung pakan Bisi 2 di wilayah Desa Purwodadi sejumlah 35 petani sebagai responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang ditanyakan dan diisi oleh peneliti. Metode analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis (IPA)* dengan uji *Cochran Q*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, piramida loyalitas, dan korelasi *Rank Spearman*. Alat analisis yang digunakan dalam proses analisis data pada penelitian ini menggunakan Microsoft Excel 2010 dan SPSS versi 16.

Hasil analisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut benih jagung Bisi 2 menggunakan IPA, terdapat 3 atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan (kuadran I) yaitu produktivitas, umur panen, dan tahan terhadap hama dan penyakit. Atribut yang perlu dipertahankan terdapat pada kuadran II yaitu tahan roboh, daya tumbuh dan ujung tongkol penuh. Atribut harga benih di kuadran III memiliki prioritas rendah dalam perbaikan dan tidak

ada atribut yang masuk pada kuadran ini. Atribut produk seperti harga benih terdapat pada kuadran IV sebagai atribut yang memiliki alokasi sumberdaya berlebihan. Hasil analisis tingkat kepuasan petani terhadap atribut benih jagung Bisi 2 menggunakan CSI menunjukkan bahwa petani puas sebesar 77,54%. Konsumen puas dengan Bisi 2 karena jagung yang dihasilkan tahan roboh, daya tumbuh dan ujung tongkol penuh. Hasil analisis tingkat loyalitas petani terhadap atribut benih jagung Bisi 2 menggunakan piramida loyalitas menunjukkan bahwa petani loyal pada tingkatan *committed buyer* sebesar 42,00%. Tingginya persentase *committed buyer* karena petani sering berkomitmen untuk membeli benih jagung Bisi 2 pada setiap kegiatan usahatani. Nilai terkecil pada piramida loyalitas yaitu pada tingkatan *switcher buyer* karena petani responden sudah pernah membeli benih jagung Bisi 2 sebanyak tiga kali di musim tanam yang berbeda, sehingga umumnya petani responden menganggap benih Bisi 2 memiliki kualitas yang baik. Petani sebagai responden tidak beralih ke produk benih jagung lain meskipun, terjadi perubahan harga dan ketidakterersediaan benih di toko pertanian terdekat. Hasil analisis hubungan kepuasan dengan loyalitas menggunakan korelasi Rank Spearman sebesar 0,531 artinya tingkat kepuasan sedang dengan loyalitas petani pada taraf signifikan sebesar 1%.

Produsen Bisi 2 diharapkan dapat meningkatkan kinerja atribut produktivitas, umur panen, dan tahan terhadap hama dan penyakit. Perbaikan kinerja atribut tersebut dapat dilakukan dengan cara pengembangan benih bermutu yang menghasilkan produktivitas yang tinggi, umur panen lebih singkat, dan tahan terhadap serangan hama dan penyakit. Produsen diharapkan tetap mempertahankan kinerja atribut harga benih, ujung tongkol penuh, daya tumbuh, serta tahan roboh agar tingkat kepuasan petani tidak menurun. Peneliti selanjutnya yang menggunakan piramida loyalitas mampu menyeleksi responden agar hanya dapat masuk kedalam satu tingkatan loyalitas. Penelitian selanjutnya mengenai hubungan kepuasan dengan loyalitas pembelian pada pasar input di bidang pertanian perlu dilakukan karena masih sedikit penelitian yang membahas mengenai hal tersebut.

SUMMARY

Laeli Ana Slavia Pratiwi 155040107111024. *Relation of Satisfaction with Farmers Loyalty in Purchasing Feed Maize Seeds in Purwodadi Village, Donomulyo Subdistrict, Malang Regency. Supervised by Nur Baladina, SP., MP. as the Main Supervisor and Wiwit Widyawati, SP., MP. as the Co-Supervisor.*

Corn demand for feed and food consumption in 2017 and 2018 are 19.2 million tons and 20.3 million tons, respectively (Agriculture Data and Information System Center of the Ministry of Agriculture, 2018). Proving that corn has been developed as an alternative food, including feed corn. The demand to increase corn production makes the hybrid feed corn seed market a potential market for seed producers through increasing the need for hybrid feed corn seeds themselves. Based on key informants in the office of the Agricultural Counseling Agency (BPP) of Donomulyo Subdistrict in Purwodadi Village as one of the corn feed production centers, provides a phenomenon that shows the importance of demand to meet animal feed needs in the village. Bisi 2 feed corn seed products as the market leader, most farmers prefer this seed for their farming, most of it in terms of production increases so the good growth power of other products. Based on this background, the objectives of this study are (1) Analyzing the suitability between the importance level and the ability level of the attributes of Bisi 2 corn wheat products in Purwodadi Village, Donomulyo District, Malang Regency, (2) Analyzing the level of farmer satisfaction with the attributes of Bisi feed corn seed products 2 in Purwodadi Village, (3) Analyzing the level of farmers' loyalty to the attributes of Bisi corn corn 2 products in Purwodadi Village, (4) Analyzing the level of income with the loyalty of farmers buying Bisi 2 corn seeds in Purwodadi Village.

This research was conducted in June 2019 in the area of Purwodadi Village, Donomulyo District, Malang Regency with the consideration that farmers in the village had used and had planted corn feed for at least three planting seasons when the research was conducted. The respondents of this study were 35 Bisi 2 feed corn farmers in the Purwodadi Village area as many as 35 farmers as respondents determined through purposive sampling technique. Data collection using a questionnaire method that was asked and filled out by researchers. The analytical method used is the Importance Performance Analysis (IPA) with the Cochran Q test, Customer Satisfaction Index (CSI), loyalty pyramid, and Spearman Rank correlation. The analytical tool used in the data analysis process in this study uses Microsoft Excel 2010 and SPSS version 16.

The results of the analysis of the suitability between the level of importance and the level of performance of the Bisi 2 corn seed attributes using IPA, there are 3 attributes that are the main priority for improvement (quadrant I), namely productivity, harvest age, and resistance to pests and diseases. The attributes that need to be maintained are in quadrant II, which is collapse resistance, growth capacity and full cob tip. The seed price attribute in quadrant III has a low priority in improvement and no attributes are included in this quadrant. Product attributes such as seed prices are in quadrant IV as attributes that have excessive resource allocation. The results of the analysis of the level of satisfaction of farmers to the attributes of Bisi 2 corn seeds using CSI showed that

farmers were satisfied at 77.54%. Consumers are satisfied with Bisi 2 because the corn produced is resistant to collapse, power to grow and the tip of a full cob. The results of the analysis of the level of farmers' loyalty to the attributes of Bisi 2 corn seeds using the pyramid of loyalty showed that loyal farmers at the level of committed buyers were 42.00%. The high percentage of committed buyers is because farmers often commit to buy Bisi 2 corn seeds in each of their farming activities. The smallest value in the loyalty pyramid is at the level of switcher buyers because the respondent farmers have already bought Bisi 2 corn seeds three times in different planting seasons, so that generally the respondent farmers consider Bisi 2 seeds to have good quality. Farmers as respondents did not switch to other corn seed products though, there were changes in prices and unavailability of seeds at the nearest farm shop. The results of the analysis of the relationship of satisfaction with loyalty using a Spearman Rank correlation of 0.531 means that the level of satisfaction correlates medium with the loyalty of farmers at a significant level of 1%.

Producer of Bisi 2 is expected to be able to improve the performance of productivity attributes, harvest age, and resistance to pests and diseases. Improving the performance of these attributes can be done by developing quality seeds that produce high productivity, shorter harvest life, and are resistant to pests and diseases. Producers are expected to maintain the performance of the seed price attributes, the tip of the full cob, growing power, and resistance to collapse so that the level of satisfaction of farmers does not decrease. Subsequent researchers who used the pyramid of loyalty were able to select respondents so they could only enter into one level of loyalty. Further research on the relationship of satisfaction with purchase loyalty in the input market in agriculture needs to be done because there is still little research that addresses this.

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan Tingkat Kepuasan Dengan Loyalitas Petani Terhadap Pembelian Produk Benih Jagung Pakan Hibrida Di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang”. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

Industri benih jagung pakan hibrida merupakan salah satu industri yang sangat potensial untuk dikembangkan. Maraknya pengembangan benih-benih baru, dan luasnya potensi pengembangan pasar membuat pasar benih jagung pakan hibrida semakin menarik bagi produsen. Hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi produsen untuk mempertahankan pasarnya dan melakukan penetrasi pasar. Topik yang diangkat dalam penelitian ini cukup relevan untuk menjelaskan kondisi pasar benih yang ada. Perbedaan karakteristik konsumen dan alur pemasaran dapat menimbulkan perbedaan yang signifikan pada perilaku petani sebagai konsumen benih. Sehingga pengangkatan topik perilaku konsumen di lingkungan pertanian, terutama komoditas jagung pakan hibrida, menjadi sangat penting. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi produsen benih, khususnya benih jagung pakan hibrida, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat baik dalam melakukan penetrasi pasar, bersaing hingga mempertahankan pangsa pasar yang telah didapatkan.

Penulis masih menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dari substansi maupun kepenulisan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kesediaannya untuk pembaca akan saran dan kritik guna kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Malang, Agustus 2019

Penulis

RIWAYAT HIDUP

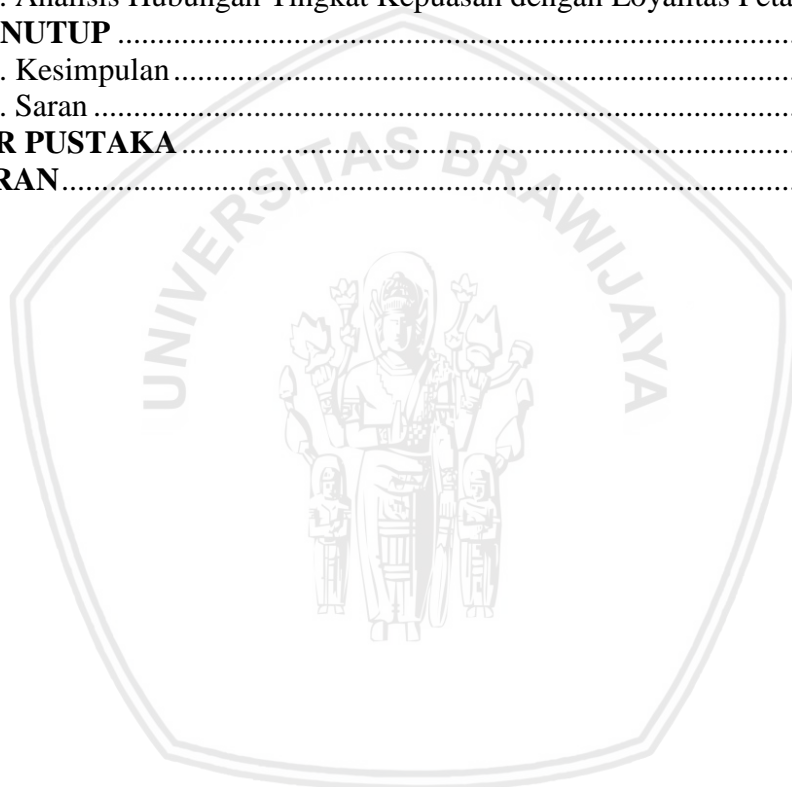
Penulis dilahirkan di Malang pada tanggal 16 April 1997 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari Bapak Syamsuli dan Ibu Dra Suparmi. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Kapuk 03 Pagi pada tahun 2003 hingga tahun 2009. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 108 Jakarta pada tahun 2009 hingga tahun 2012. Kemudian pada tahun 2012 hingga tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di SMA YADIKA 2 Jakarta. Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang melalui jalur Seleksi Program Minat dan Kemampuan (SPMK).

Selama menjadi mahasiswa, penulis juga turut berpartisipasi dalam kegiatan non akademik. Penulis turut ambil peran di dalam organisasi PERMASETA FP UB pada tahun 2015 sebagai UTAMA anggota serta kepanitiaan seperti Pendidikan dan Latihan Anggota (PLA) I pada tahun 2016 sebagai anggota Acara, Program Orientasi Studi Terpadu Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya (POSTER FP UB) pada tahun 2017 sebagai anggota Humas, dan Kampung Budaya pada tahun 2017 sebagai anggota Kestari.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu	9
2.2. Jagung Pakan	14
2.2.1. Benih Jagung Pakan	15
2.3. Perilaku Konsumen	16
2.3.1. Preferensi Konsumen	17
2.3.2. Atribut produk	18
2.3.3. Kepuasan Konsumen	20
2.3.4. Loyalitas Konsumen	20
2.3.5. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Konsumen	22
2.3.6. Analisis Korelasi	23
III. KERANGKA TEORITIS	25
3.1. Kerangka Pemikiran	25
3.2. Hipotesis Penelitian	28
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
IV. METODE PENELITIAN	52
4.1. Pendekatan Penelitian	52
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	52
4.3. Teknik Penentuan Sampel	52
4.4. Teknik Pengumpulan Data	53
4.4.1. Data Primer	54
4.4.2. Data Sekunder	55
4.5. Teknik Analisis Data	55
4.5.1. Uji Instrumen	55
4.5.2. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	56
4.5.3. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	61
4.5.4. Analisis Piramda Loyalitas	63
4.5.5. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas	67
4.6. Pengujian Hipotesis	67
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	69
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	69

5.2. Karakteristik Responden.....	70
5.2.1. Jenis Kelamin	70
5.2.2. Usia.....	71
5.2.3. Tingkat Pendidikan.....	71
5.2.4. Luas Lahan dan Status Kepemilikan Lahan	73
5.2.5. Pengalaman Usahatani.....	74
5.3. Uji Atribut Cochran Q	74
5.4. Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Benih Jagung Pakan	76
5.4.1. Diagram Kartesius <i>Importance Performance</i> <i>Analysis (IPA)</i>	78
5.5. Analisis Tingkat Kepuasan Petani	84
5.6. Analisis Tingkat Loyalitas Petani	86
5.7. Analisis Hubungan Tingkat Kepuasan dengan Loyalitas Petani	91
VI. PENUTUP	93
6.1. Kesimpulan	93
6.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	100



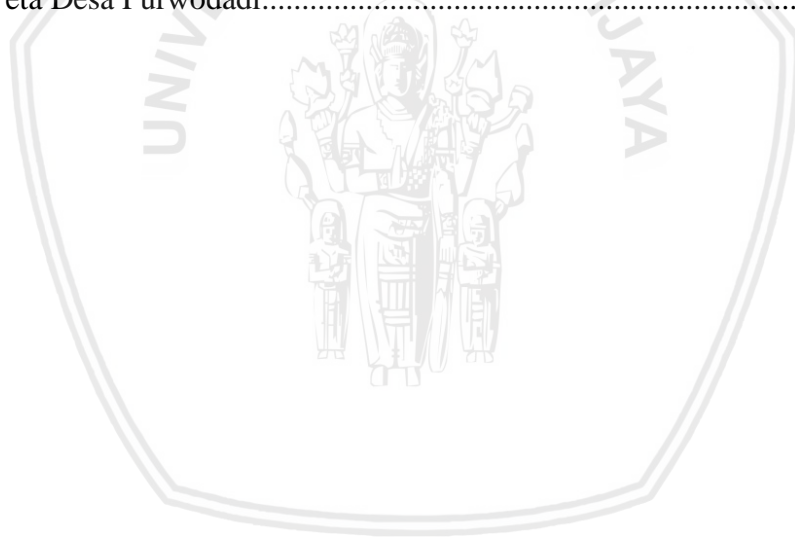
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Pengukuran Variabel Uji <i>Cochran's Q</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	29
2.	Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan.....	45
3.	Rentang Skala <i>Customer Satisfaction Index</i>	63
4.	Rentang Skala Loyalitas	64
5.	Rentang Skala Korelasi Rank Sperman	67
6.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
7.	Karakteristik Responden berdasarkan Kelompok Usia	71
8.	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	72
9.	Karakteristik Responden berdasarkan Luas dan Status Kepemilikan Lahan.....	73
10.	Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usahatani....	74
11.	Rangkuman Hasil Pengujian <i>Cochran Q</i>	75
12.	Tingkat Kesesuaian Kinerja Atribut Benih Jagung Pakan	76
13.	Distribusi Atribut Produk Benih Jagung Pakan per Kuadran	78
14.	Perhitungan CSI Produk Benih Jagung Pakan.....	85
15.	Perhitungan Presentase Responden pada Piramida Loyalitas Produk Benih Jagung Pakan Bisi2	86
16.	Perhitungan Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Ranging Tingkat Kepuasan dan Loyalitas	91
17.	Perhitungan Korelasi Rank Spearman	92



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Model Perilaku Konsumen.....	16
2.	Kerangka Pemikiran.....	27
3.	Diagram IPA <i>Data Centred Quadrant Model (DCQM)</i>	59
4.	Diagram IPA <i>Diagonal Model (DM)</i>	60
5.	Piramida Loyalitas	64
6.	Diagram Kartesius IPA Benih Jagung Pakan.....	78
7.	Piramida Loyalitas Petani pada Pembelian Benih Jagung Bisi 2	90
8.	Produk Benih Jagung Pakan Hibrida Bisi 2.....	127
9.	Produk Jagung Pakan Hibrida Bisi 2	127
10.	Kegiatan Wawancara dengan Petani	127
11.	Kegiatan Wawancara dengan Petani	127
12.	Kegiatan Wawancara dengan Petani.....	127
13.	Lahan Jagung di Desa Purwodadi	127
14.	Peta Kecamatan Donomulyo.....	128
15.	Peta Desa Purwodadi.....	128



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian Pendahuluan Uji Atribut Cochran Q	100
2.	Kuisisioner Utama Penelitian	101
3.	Tabulasi Data Uji Atribut <i>Cochran Q</i>	108
4.	Hasil Uji Atribut <i>Cochran Q</i>	110
5.	Tabulasi Data Karakteristik Responden	119
6.	Hasil Perhitungan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Analysis Index (CSI)</i>	120
7.	Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> per- Individu	122
8.	Hasil Perhitungan Tingkat Loyalitas Kosumen	124
9.	Tabulasi Data Perhitungan <i>Customer Analysis Index (CSI)</i> dan Tingkat Loyalitas per Individu	125
10.	Korelasi Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	126
11.	Data Karakteristik Benih Bisi 2	126
12.	Dokumentasi	127



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komoditi tanaman pangan memiliki peranan pokok untuk pemenuhan kebutuhan industri pakan dan pangan dalam negeri. Salah satu tanaman pangan non beras adalah jagung. Pemanfaatan jagung yang semula dikenal sebagai bahan makanan langsung, kini telah berubah dalam bentuk olahan untuk pakan ternak, bahan baku industri, farmasi, dextrin, perekat, tekstil, minyak goreng dan etanol (BBPP Ketindan, 2017). Jagung sudah lama dijadikan bahan makanan oleh masyarakat Indonesia, meskipun penggunaannya sampai sekarang lebih banyak untuk pakan daripada pangan. Hal ini mengakibatkan permintaan jagung untuk konsumsi pakan dan bahan makanan pada tahun 2017 dan 2018 masing-masing sebesar 19,2 juta ton dan 20,3 juta ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2018).

Kebutuhan konsumsi akan jagung meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan industri Indonesia. Sementara dari sisi kebutuhan, berdasarkan data dari Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementerian Pertanian (2018), kebutuhan nasional jagung tahun 2018 sebesar 20,3 juta ton, mencakup konsumsi langsung rumah tangga 4,58 juta ton; kebutuhan untuk industri pakan sebesar 8,3 juta ton; kebutuhan pakan ternak lokal sebesar 2,52 juta ton; kebutuhan benih sebesar 134,2 ribu ton yang merupakan perhitungan kebutuhan benih 20 kg/ ha dari luas tanam 6,7 juta ha; dan kebutuhan industri pangan sebesar 4,76 juta ton. Berdasarkan Angka Ramalan (Aram) II (BPS, 2017) produksi jagung tahun 2017 sebanyak 27,95 juta ton atau meningkat 18,53% dibanding tahun 2016 sebesar 23,58 juta ton. Tahun 2018 produksi jagung nasional sebesar 28,6 juta ton. Data tersebut menunjukkan bahwa ada surplus sebesar 8,3 juta ton, dan bahkan Indonesia telah ekspor jagung ke Filipina dan Malaysia sebanyak 372.990 ton.

Tanaman jagung tumbuh baik di Indonesia, setidaknya sepuluh provinsi menjadi sentra produksi jagung nasional dan menguasai sekitar 85% produksi nasional. Kesepuluh provinsi tersebut yakni Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, NTB, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan dan Gorontalo (Badan Ketahanan Pangan, 2018). Salah satu provinsi utama penghasil jagung terbesar adalah Jawa Timur, karena mampu

memproduksi tanaman jagung sebanyak 6.335.252 ton atau sebesar 20,12% dari total produksi jagung nasional pada tahun 2017 (Badan Pusat Statistika, 2017). Data dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Jawa Timur (2018) menjelaskan bahwa kebutuhan pangan sebesar 122.724 ton atau 5% dari produksi jagung di Jawa Timur, sedangkan kebutuhan pakan ternak unggas mencapai 3 juta ton atau 95% dari produksi jagung di Jawa Timur, sehingga produksi jagung di Jawa Timur surplus 6,2 juta ton jagung pipilan kering. Industri pakan yang semakin berkembang akan meningkatkan permintaan jagung sebagai bahan pakan ternak. Permintaan komoditas tanaman pangan yang meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk serta berkembangnya industri pakan dan pangan harus diimbangi dengan meningkatnya produksi dalam negeri (Mustikarini, 2014).

Peningkatan produksi jagung pakan hibrida untuk memenuhi permintaan, baik melalui upaya peningkatan produktivitas maupun perluasan areal tanam, memerlukan ketersediaan benih bermutu dari varietas unggul. Benih unggul tersebut harus memenuhi aspek kuantitas dan kualitas, bersertifikat (berlabel), serta penggunaannya secara konsisten (Insani, 2017). Sebagai salah satu sentra penghasil jagung di Jawa Timur luas panen tanaman jagung secara umum di Kabupaten Malang pada tahun 2017 adalah 44.933,2 ha dan produksinya mencapai 260.458 ton pipilan kering (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Jawa Timur, 2018). Berdasarkan areal lahan pertanaman yang luas dan produksi yang potensial, Kabupaten Malang tepat untuk dijadikan sentra produksi pembenihan jagung pakan hibrida. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan pembenihan jagung pakan hibrida yang mengembangkan, memproduksi dan memasarkan berbagai macam merek benih di wilayah Kabupaten Malang. Masing-masing perusahaan pembenihan tersebut bersaing agar dapat bermitra dengan petani untuk menanam perbanyak benih jagung F1 melalui peningkatan atribut-atribut benih, seperti daya tahan terhadap hama dan penyakit yang mendukung sistem pola tanam, hingga kualitas hasil panen yang sesuai dengan selera konsumen.

Untuk mendukung tersedianya benih bermutu, perusahaan benih multinasional dan nasional bersaing dalam pasar benih jagung pakan hibrida (Prihandono, 2015). Perusahaan benih multinasional dan nasional bersaing untuk

mendapatkan kepuasan pelanggan melalui beragam cara, seperti menyediakan produk benih yang berkualitas baik, memiliki harga tidak terlalu mahal, dan produk benih selalu tersedia di toko pertanian. Perusahaan yang memenangkan persaingan harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan memproduksi benih yang memiliki kualitas lebih baik, didukung dengan harga yang terjangkau, dan produk benih selalu tersedia di toko pertanian, serta meningkatkan pelayanan terhadap petani dari perusahaan pesaingnya (Safitri *et.al*, 2017).

Berdasarkan informasi didapatkan dari *key informant* di kantor Badan Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Donomulyo, salah satu desa sentra produksi tanaman jagung pakan hibrida di Kecamatan Donomulyo terletak di Desa Purwodadi. Produksi jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi pada tahun 2016 sebesar 14.105 ton (Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang, 2017). Sebagai daerah sentra produksi, Desa Purwodadi menjadi salah satu pasar yang sangat potensial bagi produsen benih jagung pakan hibrida. Hasil survei lapang di Desa Purwodadi menunjukkan, sebagian besar petani memanen jagung pakan dengan sistem dipanen sendiri dan sebagian kecil sistem panen tebasan. Hasil panen jagung pakan di Desa Purwodadi sebagian besar digunakan untuk pakan ternak disekitar Kecamatan Donomulyo. Petani memperoleh benih jagung pakan hibrida dari toko pertanian di sekitar Desa Purwodadi. Ketersediaan merek benih jagung pakan hibrida menjadi bahan pertimbangan petani dalam menggunakan benih tersebut. Petani merasa khawatir untuk berpindah merek benih jagung pakan lain dikarenakan kualitas jagung pakan yang dihasilkan berbeda dan tidak mampu beradaptasi terhadap kondisi lahan di Desa Purwodadi. Kualitas jagung pakan yang dihasilkan berbeda dapat merugikan petani mengalami kerugian hasil. Oleh sebab itu petani tetap menggunakan benih jagung pakan dengan merek yang sama untuk setiap musim tanam.

Keberhasilan produksi jagung pakan hibrida di setiap wilayah tentu tidak lepas dari peran penggunaan teknologi di bidang pertanian. Salah satu jenis teknologi yang dapat membantu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi yakni benih hibrida. Pertumbuhan produksi jagung lebih disebabkan oleh meningkatnya permintaan untuk kebutuhan pakan ternak. Salah satu strategi untuk

memenuhi meningkatnya permintaan jagung sebagai kebutuhan bahan baku pakan ternak yaitu melalui sistem pembenihan. Pemilihan benih jagung pakan hibrida secara tepat diharapkan dapat memberikan kepuasan yang tinggi dan melakukan pembelian berulang bagi petani sebagai konsumen (Mustikarini, 2014).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Mustikarini (2014) dan Insani (2017), menunjukkan bahwa atribut-atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dari suatu produk atau jasa dapat menggunakan *Importance and Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, sehingga menghasilkan atribut apa saja yang perlu ditingkatkan maupun dipertahankan. Selanjutnya hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen dijelaskan melalui model kepuasan CSI (*Customer Satisfaction Index*) memprediksi bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh (*perceived service quality, perceived value, and customer expectation*) sehingga menghasilkan (*customer loyalty*) (Suryawan dan Dharmayanti, 2013). Konsumen merasa puas terhadap suatu produk atau merek yang telah dikonsumsi, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Pembelian berulang yang dilakukan konsumen secara terus menerus terhadap suatu merek menunjukkan adanya loyalitas merek. Loyalitas merek sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen akan mempengaruhi derajat loyalitas merek petani sebagai konsumen (Pradita *et.al*, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas dalam penggunaan benih jagung pakan hibrida yang beredar di toko pertanian sekitar wilayah lokasi penelitian. Tingkat kepuasan dan loyalitas dalam pembelian benih jagung pakan hibrida perlu dikaji lebih dalam, karena penelitian perilaku konsumen selama ini umumnya hanya berfokus membahas pada pasar output (Lodhita *et.al*, 2013; Pradita *et.al*, 2016; Doloksaribu *et.al*, 2016; Nadya, 2018; Gadung, 2015). Penelitian tingkat kepuasan dan loyalitas pada pasar input seperti benih dan pestisida telah dilakukan oleh (Insani, 2017; Mustikarini *et.al*, 2014; Dzuhrinia dan Trisna 2017;), sedangkan penelitian yang mengkaji tingkat kepuasan dan loyalitas dalam

penggunaan benih jagung, khususnya benih jagung pakan hibrida, masih tergolong tidak banyak ataupun tidak merata. Penelitian *Importance Performance Analysis* (IPA) selama ini menggunakan *Data Centered Quadrant Model* (DCQM), namun 3 penelitian ini menggunakan *Importance Performance Analysis* dengan Diagonal Model (Abalo, Varela, dan Manzano, 2007; Rial et al., 2008; Ormanović et al., 2017). Beberapa penelitian yang telah dipaparkan tersebut belum ada yang membahas tentang hubungan kepuasan dengan loyalitas petani di bidang pertanian khususnya penggunaan benih jagung pakan. Penelitian ini bertujuan agar informasi mengenai tingkat kepentingan dan kinerja dapat menjadi acuan bagi produsen benih untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas benih jagung pakan hibrida, sehingga dapat memberikan kepuasan dan loyalitas bagi petani sebagai konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Peningkatan produksi jagung pakan hibrida seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan pangan dan pakan nasional, salah satunya dapat dilakukan melalui penyediaan benih berkualitas dari varietas unggul. Hal ini dapat dilihat pada saat musim tanam, petani terkadang masih mengalami kesulitan untuk mencari benih berkualitas yang tidak selalu tersedia di toko pertanian. Kesulitan petani mendapatkan benih hibrida yang berkualitas akan berdampak pada kualitas produksi tanaman jagung pakan hibrida.

Kecamatan Donomulyo merupakan sentra produksi jagung pakan hibrida tertinggi pertama di Kabupaten Malang. Kecamatan Donomulyo memiliki produktivitas tertinggi kedua setelah Kecamatan Kalipare, meskipun tidak menduduki posisi pertama dari sisi produktivitas, karena areal tanam jagung pakan di wilayah ini luas sehingga Kecamatan Donomulyo menjadi sentra produksi jagung pakan hibrida tertinggi di Kabupaten Malang. Salah satu penyebab produktivitas tidak maksimal adalah penggunaan benih yang kurang sesuai. Sebagian desa yang berada di Kecamatan Donomulyo memiliki pola tanam jagung pakan hibrida lebih banyak dalam satu tahun musim tanam yakni sebanyak dua kali. Petani di desa ini lebih banyak menanam jagung pakan hibrida dikarenakan potensi lahan tadah hujan dan mudahnya pemasaran jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi. Sebagian besar hasil panen jagung pakan hibrida akan

dijual pada industri pakan ternak dan industri pangan yang berada di sekitar wilayah Jawa Timur. Hal tersebut memberikan peluang bagi produsen benih jagung pakan hibrida untuk memenangkan pasar benih di wilayah tersebut.

Persaingan yang ketat antara perusahaan benih multinasional dan nasional terlihat dari banyaknya merek jagung pakan hibrida beredar di Desa Purwodadi. Hal ini menyebabkan semakin berkembangnya preferensi petani dalam memilih varietas benih jagung pakan hibrida. Pemenuhan preferensi petani yang tergambar dari tingkat kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida memiliki hubungan erat dan positif dengan penyediaan benih jagung pakan hibrida. Petani tidak mendapatkan bantuan benih dari pemerintah, melainkan memperoleh benih dengan membeli dari toko pertanian di sekitar wilayah Kecamatan Donomulyo. Ada tiga perusahaan benih yang menguasai pasar benih di Desa Purwodadi yaitu PT. Bisi Internasional, PT. Sygenta, dan PT. Advant Seed Indonesia. Petani Desa Purwodadi banyak menggunakan produk dari PT. Bisi Internasional yaitu Bisi 2. Hal tersebut dikarenakan produk ini memiliki harga yang tidak terlalu mahal dan selalu tersedia di toko pertanian di sekitar wilayah Kecamatan Donomulyo. Perkembangan varietas unggul jagung pakan hibrida tentu juga akan mempengaruhi kepuasan petani dalam pemilihan benih yang akan ditanam. Benih dari toko pertanian maupun penangkaran sendiri memiliki keragaman/perbedaan yang mencakup aspek genetik dan fisik. Kondisi dari dua aspek tersebut akan menentukan kualitas (mutu) benih sehingga menentukan keragaman pertumbuhan dan produksi di Desa Purwodadi.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sejauh mana hubungan kepuasan dengan loyalitas petani terhadap benih jagung pakan hibrida Bisi 2 yang banyak beredar di toko pertanian sekitar wilayah Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo berdasarkan kesesuaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut produk tersebut. Sehingga penelitian ini dilakukan agar dapat menjawab beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang?

2. Bagaimana tingkat kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi?
3. Bagaimana tingkat loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi?
4. Bagaimana hubungan tingkat kepuasan dengan loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan batasan dari masalah yang ditemukan di lapang bertujuan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang diteliti di lokasi penelitian, sehingga penelitian ini tidak terlalu meluas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Responden pada penelitian ini adalah petani yang telah menggunakan merek Bisi 2 dan telah melakukan penanaman jagung pakan minimal tiga kali musim tanam ketika penelitian dilakukan.
2. Benih jagung pakan yang diteliti hanya merek Bisi 2 produksi PT Bisi International yang merupakan pemimpin pasar di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang.
3. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada tingkat kepuasan konsumen dengan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI), serta hubungan dengan tingkat piramida loyalitas. Aspek usahatani jagung pakan dibahas hanya yang melekat pada atribut benih jagung pakan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

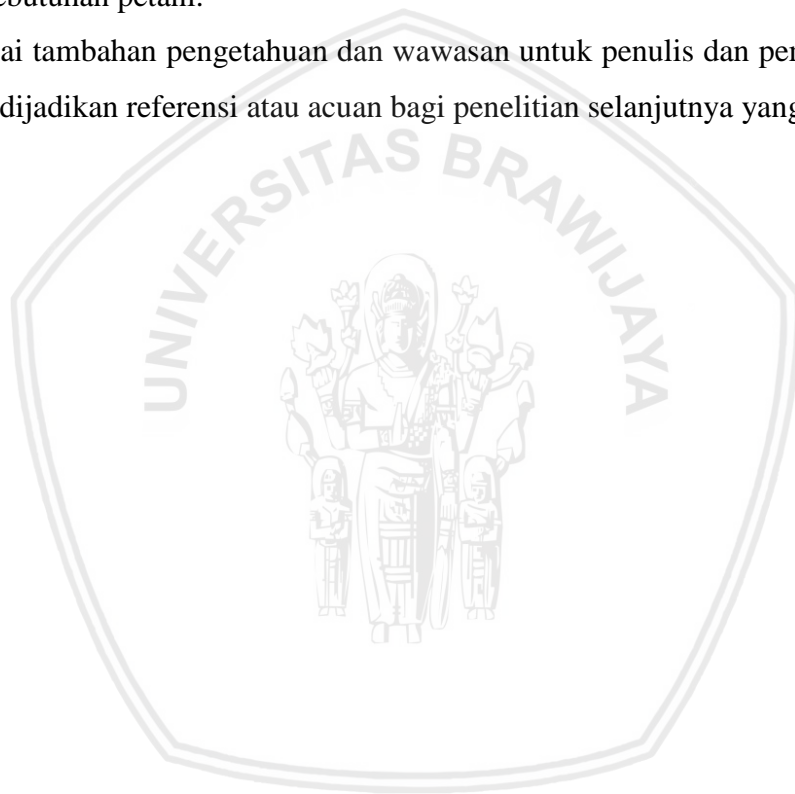
1. Menganalisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi.
3. Menganalisis tingkat loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi.

4. Menganalisis hubungan tingkat kepuasan dengan loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi petani, sebagai informasi dan pertimbangan untuk membeli produk benih jagung pakan dan pengetahuan terkait budidaya
2. Bagi perusahaan, sebagai informasi tambahan untuk mengembangkan dan meningkatkan ketersediaan benih jagung pakan hibrida yang sesuai dengan ke dan kebutuhan petani.
3. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan untuk penulis dan pembaca serta dapat dijadikan referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan pendugaan hasil analisis dari beberapa kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Adapun tujuan dari penguraian kajian terdahulu untuk menentukan posisi dan perbandingan penelitian serta menjelaskan perbedaannya. Selain itu, tinjauan penelitian terdahulu sangat dibutuhkan dalam melakukan penentuan variabel, indikator serta alat dan metode. Penelitian mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas petani telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan dua jenis pasar yang berbeda yaitu pasar input dan pasar output. Masing-masing penelitian memiliki objek dan alat analisis yang berbeda-beda. Fokus dalam penelitian ini membahas hubungan kepuasan dengan loyalitas petani dilihat dari sisi pasar input yaitu benih. Berikut akan dibahas penelitian terdahulu berdasarkan pasar output dan input yang digunakan sebagai rujukan.

Penelitian yang dilakukan Lodhita *et.al* (2013) bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja dan tingkat kepuasan terhadap kualitas yang telah diberikan Resto Toko Oen Malang. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui kesesuaian atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja dan tingkat kepuasan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)* diperoleh preferensi konsumen terhadap pelayanan Resto Toko Oen Malang menunjukkan atribut yang paling penting antara lain, ketepatan waktu dalam melayani, kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung, keberihan dan kerapian ruangan, fasilitas pelengkapan yang tersedia dan kerapian penampilan pelayan. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja pelayanan Resto Toko Oen Malang.

Insani (2014) melakukan penelitian yang tujuannya yakni untuk mengidentifikasi karakteristik, proses pengambilan keputusan, sikap, kepuasan

dan loyalitas petani dalam penggunaan varietas unggul benih kedelai di Desa Sukasirna. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, *multiatribut Fishbein*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan Piramida Loyalitas. Atribut yang diteliti antara lain produktivitas, harga benih, harga jual, ketersediaan benih, kemudahan diperoleh, ketahanan hama penyakit, ukuran polong, pemasaran hasil panen, daya tumbuh, umur panen, demplot, SOP, Benih bersertifikat, dan promosi toko. Berdasarkan *Multiatribut Fishbein* diperoleh benih kedelai varietas unggul Dapros merupakan benih yang lebih disukai oleh petani dibandingkan Grobogan dan Orba. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh petani responden telah merasa puas terhadap kinerja dari atribut benih kedelai varietas unggul Dapros dibandingkan Grobogan dan Orba. Berdasarkan analisis loyalitas konsumen, petani responden loyal terhadap benih kedelai varietas unggul Dapros dibandingkan Grobogan dan Orba. *Importance Performance Analysis (IPA)* diperoleh preferensi petani menunjukkan bahwa atribut paling penting yakni produktivitas, ukuran polong, ketersediaan benih dan kemudahan diperoleh. Berdasarkan piramida loyalitas diperoleh petani loyal berada pada tingkatan *committed buyer* dengan presentase sebesar 57,14 persen. terhadap benih kedelai varietas unggul Dapros dibandingkan Grobogan dan Orba.

Mustikarini *et.al* (2014) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan dan loyalitas petani padi terhadap pestisida yang digunakan. Metode analisis yang digunakan yakni Uji *Regresi Logistik*, Uji Korelasi *Spearman*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas petani menggunakan analisis *Regresi Logistik* untuk mempelajari efek dari 11 faktor tersebut antara lain usia, pendidikan, pendapatan keluarga per kapita, luas lahan, pengalaman mengikuti pelatihan, kelompok acuan, sumber informasi, frekuensi penggunaan, jumlah penggunaan, jadwal penyemprotan pestisida, dan penggunaan sesuai dengan aturan pakai. Berdasarkan Korelasi *Spearman* hubungan signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek, dengan R^2 sebesar 0.211 dan signifikan pada $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas petani dalam

penggunaan pestisida memiliki hubungan positif sebesar 21,1% terhadap loyalitas merek yang digunakan. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh petani responden telah merasa puas terhadap kinerja dari atribut pestisida. *Importance Performance Analysis (IPA)* diperoleh preferensi petani menunjukkan bahwa atribut paling penting yakni manfaat, sertifikasi, ketuntasan mengendalikan, dan kecepatan data bunuh.

Penelitian yang dilakukan Gadung (2015) bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan tertinggi dari atribut produk kopi bubuk SB-CBD, menganalisis tingkat kepuasan konsumen kopi bubuk SB-CBD, menganalisis tingkat loyalitas kopi bubuk SB-CBD, dan hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis *Consumer Satisfaction Index (CSI)*, analisis *Important Performance Analysis (IPA)*, piramida loyalitas, dan analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut kopi bubuk SB-CBD yang memiliki kepuasan tertinggi yaitu label halal, rasa, harga, aroma, dan tanggal kadaluarsa. Tingkat kepuasan konsumen kopi bubuk SB-CBD berada pada kriteria puas dan atribut promosi perlu di perbaiki agar kinerja perusahaan kopi bubuk SB-CBD menjadi lebih baik. Tingkat loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD termasuk dalam kategori loyal karena mayoritas konsumen dari piramida loyalitas berada di tingkatan *liking the brand*. Terdapat hubungan positif antara tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD.

Konsep loyalitas yang diwakilkan oleh pembelian berulang produk juga telah diteliti oleh Doloksaribu (2016). Penelitian yang bertujuan untuk menentukan pola konsumen pada pembelian, sikap, kepuasan dan kesetiaan terhadap produk bebek di Bebek Belur Restaurant. Metode analisis yang digunakan yakni *multiatribut Fishbein*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan Piramida Loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Multiatribut Fishbein* diperoleh produk bebek dari atribut rasa yang lebih disukai oleh konsumen dapat dijadikan unggulan produk tersebut. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh konsumen telah merasa puas terhadap kinerja produk olahan bebek. Berdasarkan piramida loyalitas diperoleh konsumen loyal pada tingkatan *committed buyer* sebesar 83,33 persen terhadap olahan bebek di Rumah Makan

Bebek Belur. Penelitian yang dilakukan Pradita (2016) adanya persamaan metode analisis yang digunakan dengan penelitian Doloksaribu (2016), namun penelitian ini tidak menggunakan alat analisis *Multiatribut Fishbein*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan tauco di Prabumulih. Metode analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan Piramida loyalitas. Penelitian menunjukkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh konsumen telah merasa puas terhadap kinerja produk olahan kedelai dijadikan tauco. Berdasarkan piramida loyalitas diperoleh konsumen loyal pada tingkatan *committed buyer* sebesar 80,00 persen terhadap olahan kedelai dijadikan tauco.

Dzuhrinia dan Trisna (2017) melakukan penelitian yang tujuannya adalah untuk mengidentifikasi preferensi petani di 3 desa yaitu Desa Jatiwaras, Desa Ciwarak dan Desa Kersagalih di Kecamatan Jatiwaras terhadap atribut benih kedelai dalam pemilihan benih kedelai. Metode analisis yang digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Atribut yang diteliti antara lain ukuran biji, ukuran polong, produktivitas, ketahanan terhadap hama dan penyakit, harga benih kedelai, harga jual, dan kemudahan memasarkan. Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis (IPA) diperoleh preferensi petani terhadap benih kedelai menunjukkan bahwa atribut paling penting adalah atribut produktivitas, atribut harga benih kedelai, atribut ukuran biji, atribut hama dan penyakit dan atribut harga jual. Benih kedelai yang memiliki atribut produktivitas tinggi, tahan terhadap hama dan penyakit dan ukuran biji besar merupakan ciri benih kedelai yang disukai pasar menurut preferensi petani kedelai di Kecamatan Jatiwaras. Berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSI) diperoleh petani responden merasa kurang puas terhadap kinerja dari atribut benih kedelai.

Ormanović *et.al* (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk memberikan tinjauan literatur yang komprehensif dan sistematis yang mencakup berbagai pendekatan dan modifikasi IPA. *Importance Performance Analysis (IPA)* adalah metode yang dapat membantu pembuat kebijakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen layanan/produk yang berkontribusi pada kepuasan pengguna yang lebih tinggi. Studi ini menemukan bahwa IPA tradisional didasarkan pada asumsi

mendasar yang salah. Dalam hal diagram kartesius IPA, Diagonal Model (DM) dalam kombinasi dengan *Data Centered Quadrant Model* (DCQM) lebih baik daripada *Quadrant Model* (QM) dan *Scale Centreed Quadrant Model* (SCQM). Transformasi sumbu koordinat, tetap digunakan untuk koordinat persimpangan. Setiap model memiliki kelebihan dan kekurangan, oleh karena itu sulit untuk mengatakan modifikasi IPA yang disebutkan di atas yang lebih baik daripada yang lain dalam memberikan gambaran yang lebih relevan. Keputusan dibuat oleh manajer untuk memilih metode yang efektif dan efisien yang mengarah pada informasi yang diinginkan.

Penelitian mengenai hubungan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen sebelumnya telah dilakukan oleh Nadya (2018). Penelitian ini bertujuan untuk kepuasan dan loyalitas konsumen, dan hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen terhadap produk *Your Tea*. Metode analisis yang digunakan adalah Uji *Wilcoxon*, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan piramida loyalitas dan analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji *Wilcoxon* diperoleh produk *Your Tea* dari sebagian besar atribut dianggap telah sangat memuaskan konsumen. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh konsumen telah merasa sangat puas terhadap kinerja produk *Your Tea*. Berdasarkan piramida loyalitas diperoleh konsumen pada golongan *switcher buyer*, hal ini dapat dikatakan bahwa loyalitas konsumen tergolong rendah. Terdapat hubungan positif antara tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen *Your Tea*.

Penelitian terdahulu membahas tentang preferensi, sikap, kepuasan, loyalitas, dan hubungan kepuasan dengan loyalitas. Penelitian terdahulu telah mengaitkan hubungan kepuasan dengan loyalitas tetapi hanya berfokus pada industri manufaktur produk output dan produk input pertanian yakni pestisida. Beberapa penelitian terdahulu juga lebih banyak memisahkan topik kajian kepuasan dan loyalitas pada pasar input maupun output. Alat analisis pada penelitian terdahulu antara lain *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), analisis deskriptif, uji *Wilcoxon*, *multiatribut Fishbein*, piramida loyalitas, dan Korelasi *Rank Spearman*.

Penelitian terdahulu yang telah dipaparkan tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Insani (2014), Gadung (2015) dan Nadya (2018) yaitu menganalisis hubungan kepuasan dengan loyalitas. Penelitian tersebut berfokus pada pelayanan jasa dan industri manufaktur produk output dan pestisida produk input pertanian, sedangkan penelitian ini berfokus pada penggunaan benih jagung pakan yang merupakan produk input di bidang pertanian. Tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan pada penelitian terdahulu dianalisis menggunakan Importance Performance Analysis dengan *Data Centered Quadrant Model* (DCQM), namun penelitian ini menggunakan *Importance Performance Analysis* dengan *Diagonal Model*. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan *Diagonal Model* (DM), *Customer Satisfaction Index* (CSI), piramida loyalitas, dan Korelasi *Rank Spearman* seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Mustikarini *et.al* (2014), Insani (2014), Gadung (2015) dan Nadya (2018). Penelitian ini tidak menggunakan alat analisis *multiatribut Fishbein* seperti penelitian yang dilakukan Insani dan Rita (2014) karena tidak membahas mengenai sikap petani terhadap benih jagung. Atribut yang diuji pada penelitian ini hampir sama seperti penelitian yang telah dilakukan Insani dan Rita (2014) dan Dzuhrinia dan Trisna (2017) karena membahas mengenai penggunaan benih pada produk input pertanian.

2.2 Jagung Pakan

Jagung Pakan adalah tanaman pangan yang saat ini mulai diminati oleh petani karena dijadikan bahan penyusun utama pakan ternak terutama dalam pemenuhan karbohidrat pada ternak unggas, memiliki harga jual yang stabil dan peluang pengembangan agribisnis, seiring perkembangan industri pangan dan pakan ternak dalam negeri (Aswaddy, 2018). Jagung pakan atau jagung pipil (*field corn*) merupakan varietas botani dari jagung pakan. Jagung pakan termasuk tanaman pangan walaupun secara morfologi tidak berbeda dibandingkan dengan jagung pakan. Menurut Paeru dan Dewi (2017) dalam sistematika (Taksonomi) klasifikasi dari tanaman jagung pakan hibrida adalah sebagai berikut:

Kingdom : Plantae (tumbuh-tumbuhan)

Divisi	: Spermatophyta (tumbuhan berbiji)
Subdivisi	: Angiospermae (berbiji tertutup)
Class	: Monocotyledone (berkeping satu)
Ordo	: Graminales
Famili	: Graminaceae (rumput-rumputan)
Genus	: <i>Zea</i>
Species	: <i>Zea Mays L.</i>

2.2.1. Benih Jagung Pakan

Benih merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan peningkatan produktivitas jagung, sehingga harus ditangani benar agar dapat tersedia dengan baik dan terjangkau oleh petani (Bahtiar, 2016). Benih jagung pakan hibrida merupakan biji tanaman untuk penggunaan benih yang berkualitas menjadi faktor penting dalam menghasilkan produktivitas jagung lebih tinggi (Purwono dan Hartono, 2007).

Menurut Rukmana (1997) berdasarkan awal mula benih dan tujuan penggunaannya, terkait varietas yang ditanam di Indonesia dibedakan atas dua golongan, sebagai berikut:

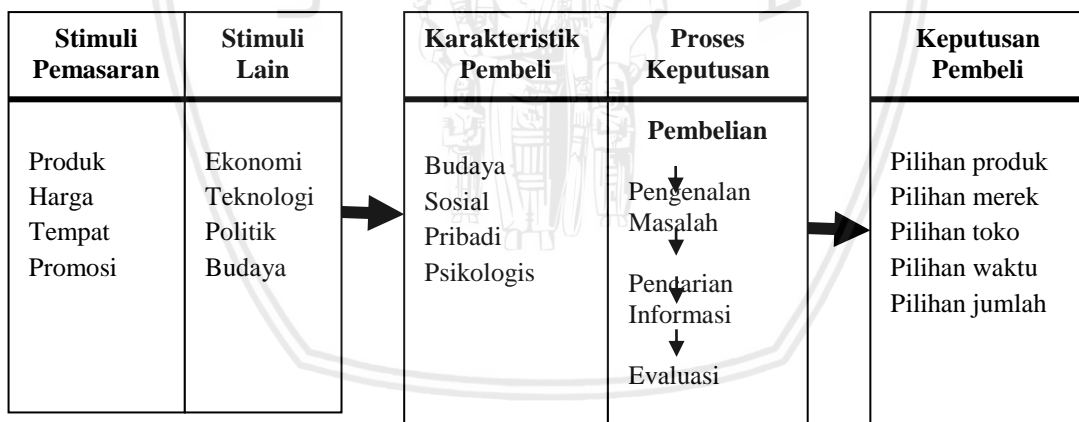
1. varietas jagung bersari bebas, yaitu varietas yang benihnya diambil dari pertanaman sebelumnya, tetapi belum tercampur atau diserbuki oleh varietas lain. Hampir seluruh varietas unggul nonhibrida di Indonesia.
2. Varietas jagung hibrida, yaitu varietas yang benihnya tidak dapat diambil dari tanaman sebelumnya. Oleh karena itu, sebelum menanam jagung hibrida harus diganti dengan benih jagung yang baru. Bila benih jagung hibrida ditanam berulang, maka akan terjadi pemecahan sifat induknya dan mengakibatkan produksi menurun.

Arah varietas jagung pakan adalah varietas bersari bebas dan varietas hibrida. Pembentukan benih bersari bebas berbeda dengan varietas hibrida. Varietas hibrida adalah benih didapatkan dari tanaman indukan, namun telah teruji tahan penyakit dan berkualitas baik yang telah diproduksi oleh perusahaan. Benih varietas bersari bebas merupakan varietas yang benihnya berasal dari tongkol tanaman yang sesuai dengan varietas bersangkutan. Oleh karena itu, dapat digunakan terus-menerus pada setiap penanaman jagung pakan. Varietas bersari

bebas dibagi menjadi dua, yaitu varietas sintetis dan varietas komposit. Benih varietas komposit merupakan hasil dari campuran sejumlah plasma nutfah yang telah mengalami perkawinan acak dan benih varietas sintetis berasal dari campuran dua atau lebih galur persilangan sendiri (Adisarwanto *et al.*, 2002).

2.3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai individu, kelompok dan organisasi dimana terjadi proses memilih, menyeleksi dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsinya dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis, akan mempengaruhi seorang individu untuk membuat keputusan dari alokasi sumber daya yang dimiliki dalam proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk atau jasa, yang dapat diartikan sebagai perilaku konsumen (Hawkins dkk, 2001; Kotler dan Keller, 2008; Schiffman & Kamuk, 2008). Model dari perilaku konsumen menurut Assael dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen

Sumber: Philip Kotler (1997)

Perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa yang dibutuhkan tidak lepas dari karakteristik konsumen itu sendiri. Beberapa karakteristik konsumen yang dapat membantu untuk memahami perilaku konsumen yakni, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, agama, kebangsaan, lokasi geografis, pengetahuan, sikap dan tanggapan terhadap suatu produk (Kotler, 1997).

Karakteristik konsumen dapat dipahami sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Kotler (2008), setidaknya terdapat 4 faktor yang dapat berpengaruh pada perilaku konsumen, diantaranya:

1. Faktor kebudayaan, merupakan faktor dengan pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor ini terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, merupakan faktor yang didapat dari lingkungan pergaulan konsumen. Didalam faktor ini termasuk kelompok acuan, keluarga dan status sosial.
3. Faktor pribadi, merupakan faktor yang berasal dari diri konsumen sendiri. Faktor ini mencakup usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian serta konsep diri.
4. Faktor psikologis, merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dimana di dalamnya tercakup motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan pendirian.

Perilaku konsumen menggambarkan cara dari individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan waktu, uang dan usaha guna membeli barang atau jasa yang berhubungan dengan kebutuhan konsumsi (Schiffman *et al.*, 2008). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari, karena meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, keadaan sosial serta ekonomi.

2.3.1. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada, berhubungan erat dengan permasalahan untuk menentukan pilihannya (Kotler dan Amstrong, 2006). Individu selalu membuat atau menyusun ranking dari semua situasi atau kondisi, mulai dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai. Preferensi dapat dimodifikasi dari proses pengambilan keputusan, bahkan untuk menentukan pilihannya dengan cara tidak sadar. Preferensi konsumen yakni menunjukkan pilihan di antara pilihan dari netral atau lebih dihargai, ataupun kesediaan untuk mentolerir dari beberapa pilihan yang kurang diinginkan (Erinda, 2016). Beberapa langkah yang harus dilalui untuk

konsumen sehingga dapat membentuk preferensi konsumen (Simamora,2003), antara lain:

1. Diasumsikan bahwa konsumen melihat produk yakni sebagai sekumpulan atribut.
2. Tingkat kepentingan atribut yang berbeda, dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda dalam menentukan atribut produk yang dianggap paling penting.
3. Konsumen dapat mengembangkan kepercayaannya mengenai letak produk dari setiap atribut.
4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beragam, disesuaikan dengan perbedaan yang ada pada atribut.
5. Konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda dengan cara mengevaluasi.

Prefensi konsumen menurut Indarto (2011) yakni mengenai selera individu dalam melakukan penggolongan tingkat daya guna terkait suatu produk yang dibandingkan dengan produk lain. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

2.3.2. Atribut produk

Unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian berdasarkan atribut yang tersemat pada setiap produk. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki preferensi tersendiri mengenai atribut produk, yang dimana unsur-unsur produk dianggap penting dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian produk (Fandy Tjiptono, 2008). Penilaian konsumen terhadap atribut produk hadir karena penilaian tersebut digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara sebuah produk yang memberikan manfaat bagi konsumen saat melakukan pembelian produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Keberhasilan suatu produk sangat ditentukan oleh atribut produk. Atribut produk dibagi menjadi dua kategori, yaitu atribut yang berwujud dan atribut yang tidak berwujud. Atribut yang berwujud diantaranya: desain atau bentuk atau corak, daya tahan atau mutu atau kualitas, daya tarik atau keistimewaan, pengemasan, bungkus dan nama merek. Sedangkan atribut yang tidak berwujud berupa nama

baik produk atau perusahaan atau *image* terhadap merek suatu produk (Indriyo Gito Sudarmo, 1998).

Menurut Kotler & Armstrong (2008), beberapa atribut yang menyertai suatu produk antara lain merek, pengemasan dan kualitas produk (kemampuan produk dalam melakukan fungsinya). Kualitas produk dapat dijelaskan dalam beberapa dimensi kualitas menurut David Gravin (2000), antara lain:

1. Kinerja (*performance*), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama.
2. Keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik pelengkap yang melekat di produk.
3. Keandalan (*reliability*), hal yang berkaitan dengan kecilnya kemungkinan dari produk mengalami kegagalan operasional.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), hal ini berkaitan dengan derajat ketetapan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan.
5. Daya tahan (*durability*), yaitu ketahanan produk dalam jangka waktu tertentu apabila digunakan secara terus-menerus.
6. *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
7. Estetika (*aesthetics*), yaitu daya tarik dari sebuah produk terhadap panca indera.
8. *Fit and finish*, yaitu berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

Dengan adanya atribut produk yang digunakan konsumen untuk menilai maupun mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan. Bagi perusahaan dengan mengetahui atribut apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian maka dapat ditentukan strategi untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk agar lebih memuaskan konsumen (Bruandari, 2012).

2.3.3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Daryanto dan Setyobudi, 2014). Sedangkan menurut Anderson, Fornell, & Lehmann (1994), kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai evaluasi menyeluruh berdasarkan pengalaman pembelian dan konsumsi yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dalam waktu tertentu.

Teori kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*) model menurut Sumarwan (2004) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum mengkonsumsi atau pembelian dari kinerja barang atau jasa yang diperoleh oleh konsumen. Hasil dari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam perilaku konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tiga hal (Santoso, 2006), antara lain:

1. *Perceived quality*, komponen diukur melalui tiga hal utama yakni kepuasan total terhadap produk, reliabilitas dan seberapa jauh produk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. *Customer expectation*, komponen harapan konsumen berhubungan dengan gabungan pengalaman konsumen saat mengkonsumsi produk dengan dipengaruhi media promosi yaitu iklan serta promosi dari mulut ke mulut.
3. *Perceived value*, komponen ini berhubungan dengan konsumen mengenai harga produk dibandingkan dengan kualitasnya.

Kepuasan konsumen mempunyai dampak terkait loyalitas konsumen dan tingkat keluhan (*complaint*) konsumen terhadap suatu produk yang telah dikonsumsinya. Konsumen yang puas akan cenderung loyal dan kurang dalam hal mengeluh, sedangkan konsumen yang tidak puas akan cenderung tidak loyal serta lebih cenderung mengeluh dari produk yang telah dikonsumsi (Santoso, 2006)

2.3.4. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen sebagai konsumen yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai, dan akan membeli ulang produk tersebut (Sumarwan, 2004). Pembelian berulang yang terus menerus dari produk

dan merek yang sama akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan serta mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan, dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas (Wulf, Gaby, dan Lacobucci dalam Sumarwan et.al,2011).

Loyalitas konsumen dapat muncul dalam bentuk komitmen yang kuat dari konsumen, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk dan atau jasa yang disukai secara konsisten dalam jangka panjang (Griffin, 2003). Konsep loyalitas lebih banyak terkait dengan perilaku konsumen dibandingkan sikap konsumen. Secara umum terdapat dua kategori loyalitas konsumen, yakni affective loyalty dan behavioral loyalty. Affective loyalty ialah bentuk loyalitas konsumen yang ditunjukkan dalam bentuk tindakan pembelian hingga menyebarkan informasi mengenai produk/jasa terkait kepada lingkungannya, sedangkan behavioral loyalty ialah bentuk loyalitas yang hanya ditunjukkan oleh tindakan pembelian ulang (Picón-Berjoyo, Ruiz-Moreno, & Castro, 2016). Loyalitas yang terakhir seringkali dianggap tidak nyata, karena konsumen dapat saja bersikap loyal atas dasar ketiadaan pilihan maupun switching cost/barrier yang tinggi (Picón-Berjoyo, Ruiz-Moreno, & Castro, 2016). Loyalitas menunjukkan konduksi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali, terbentuk dari tercapainya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Griffin, 2003). Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik seperti yang diuraikan oleh Griffin (2002) antara lain:

1. Melakukan pembelian secara teratur.
2. Membeli di luar lini produk atau jasa.
3. Mereferensikan produk ke orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Selanjutnya Griffin (2002) mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal. Keuntungan-keuntungan tersebut meliputi:

1. Mengurangi biaya pemasaran, karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal.
2. Mengurangi biaya transaksi, seperti biaya negosiasi kontrak, dan pemrosesan pesanan.
3. Mengurangi biaya turn over pelanggan, karena pergantian pelanggan lebih sedikit.
4. Meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Word of mouth yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti merasa puas.
6. Mengurangi biaya kegagalan seperti biaya pergantian.

2.3.5. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Konsumen

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat di mana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan (Kotler dalam Sumarwan et.al,2011). Kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberi dasar bagi pembelian ulang, menciptakan loyalitas pelanggan, serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono dalam Sumarwan, 2011). Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya, kepuasan yang dirasakan akan semakin tinggi. Menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut akan dapat menguntungkan sebuah perusahaan (Wara, 2018).

Oliver (1999) mengemukakan bahwa terdapat enam hubungan antara kepuasan dan loyalitas, yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan dan loyalitas adalah suatu konsep yang sama.
2. Kepuasan merupakan core concept dari loyalitas dimana tanpa adanya kepuasan maka tidak akan terjadi loyalitas sehingga kepuasan merupakan faktor pembentuk loyalitas.

3. Kepuasan mempunyai peran dalam pembentukan loyalitas, kepuasan juga merupakan bagian dari loyalitas namun hanya merupakan salah satu komponen loyalitas.
4. Kepuasan dan loyalitas merupakan komponen dari loyalitas mutlak.
5. Sebagai kunci kepuasan dapat ditemui dalam loyalitas, namun bukan bagian kunci dari hakikat sebuah loyalitas.
6. Kepuasan merupakan awal dari transisi perubahan yang berkulminasi pada kondisi loyalitas yang terpisah, loyalitas juga bisa saja bebas terhadap kepuasan sehingga kepuasan tidak akan berpengaruh pada loyalitas.

Suh dan Yi (2006) mengemukakan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah karakteristik dari produk itu sendiri. Pada industri dimana produk memiliki keterlibatan yang rendah, kepuasan seringkali menjadi faktor pendorong yang dominan dalam membentuk kepuasan konsumen. Sedangkan dalam produk dengan keterlibatan yang tinggi, faktor-faktor lain lebih dominan dalam membentuk loyalitas konsumen. Walaupun begitu, kepuasan konsumen tetaplah menjadi salah satu unsur yang membentuk loyalitas konsumen meskipun pengaruhnya kecil. Jadi saat konsumen telah terpuaskan pada produk dengan keterlibatan tinggi, konsumen belum tentu akan loyal karena ada faktor-faktor lain yang jauh lebih dominan dalam bentuk loyalitas konsumen. Jadi hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dapat disimpulkan bahwa konsumen yang loyal adalah konsumen yang puas, namun konsumen yang puas belum tentu akan menjadi loyal, tergantung seberapa besar kepuasan konsumen memiliki bobot dalam mempengaruhi konsumen untuk loyal.

2.3.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan sebuah prosedur statistik untuk menyatakan derajat hubungan linear antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Semakin nyata hubungan linier (garis lurus), maka semakin kuat atau tinggi derajat hubungan garis lurus antara kedua variabel atau lebih. Ukuran untuk derajat hubungan garis lurus ini dinamakan koefisien korelasi. Hubungan antara dua variabel di dalam teknik korelasi bukanlah dalam arti hubungan sebab akibat (timbal balik), melainkan hanya merupakan hubungan searah saja. Hubungan

antar dua variabel dikenal dengan istilah *bivariate correlation*, sedangkan hubungan antar lebih dari dua variabel disebut *multivariate correlation* (Walpole, 2011). Menurut Hasan (2012), korelasi yang terjadi antara dua variabel dapat berupa:

1. Korelasi Positif

Korelasi positif adalah korelasi dari dua variabel, yaitu apabila variabel yang satu (X) meningkat atau menurun maka variabel lainnya (Y) cenderung untuk meningkat atau menurun pula. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1 semakin kuat korelasinya.

2. Korelasi Negatif

Korelasi negatif adalah korelasi dari dua variabel, yaitu apabila variabel yang satu (X) meningkat atau menurun maka variabel lainnya (Y) cenderung untuk menurun atau meningkat. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke -1 semakin kuat korelasinya.

3. Tidak Ada Korelasi

Tidak ada korelasi terjadi apabila kedua variabel (X dan Y) tidak menunjukkan adanya hubungan dan nilai koefisien korelasi bernilai.

4. Korelasi Sempurna

Korelasi sempurna korelasi dari dua variabel, yaitu apabila kenaikan atau penurunan variabel yang satu (variabel X) berbanding dengan kenaikan atau penurunan lainnya dan nilai koefisien korelasi bernilai +1 atau -1

III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Komoditi tanaman pangan memiliki peranan penting dalam menunjang ketahanan pangan dan kecukupan pasokan untuk pemenuhan kebutuhan industri pakan dan pangan dalam negeri. Salah satu tanaman pangan non beras adalah jagung. Komoditas jagung pakan hibrida sebagai komoditas yang telah mengalami peningkatan signifikan sebagai bahan pakan ternak, juga turut diusahakan peningkatan produksinya melalui penggunaan benih hibrida yang baik. Hal ini menjadikan pasar benih jagung pakan hibrida sebagai pasar dengan potensi yang sangat besar.

Potensi yang besar turut mengundang berbagai produsen benih untuk memproduksi benih jagung pakan hibrida berkualitas. Hal ini memicu munculnya banyak produk benih jagung pakan hibrida di pasaran, sehingga setiap produsen berusaha untuk menawarkan keunggulan produk-produknya agar dapat bersaing dan menjadi pemimpin pasar. Dalam penelitian ini disertakan sebanyak 25 atribut (dipaparkan pada 3.3) untuk mendeskripsikan produk benih jagung pakan hibrida secara jelas. Atribut-atribut tersebut didapatkan dari penjabaran yang didapatkan dari penjabaran 8 dimensi kualitas produk menurut Garvin (2011) yang melekat pada produk benih jagung pakan hibrida.

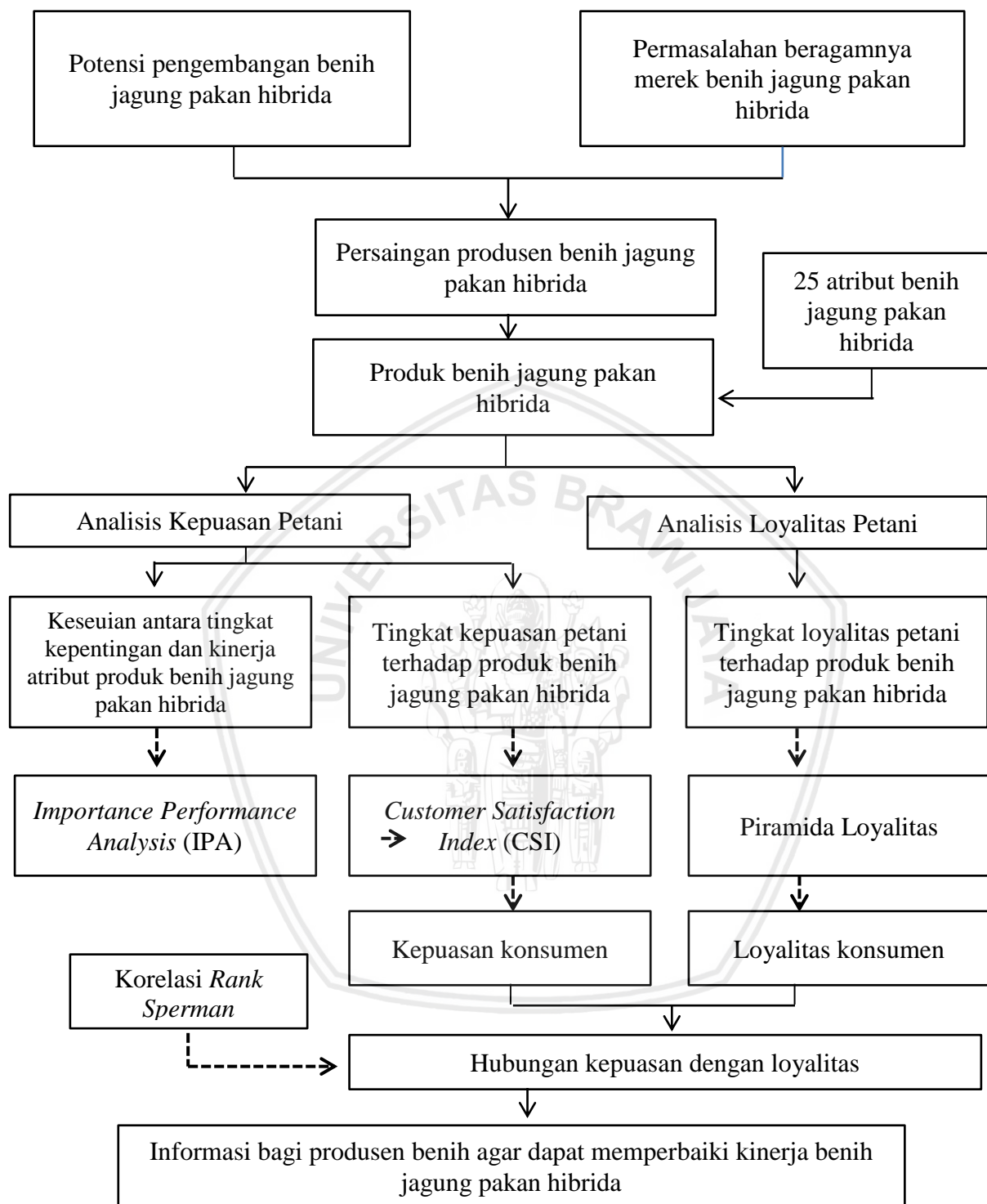
Penciptaan benih jagung pakan hibrida bersama atribut yang sesuai dengan permintaan pasar belum dapat memastikan produk dapat memenangi pasar. Petani sebagai konsumen tentu memiliki harapan yang harus dipenuhi terkait hal-hal yang akan didapatkannya setelah menggunakan produk benih tersebut. Persepsi petani terhadap kualitas dan nilai dari produk perlu menjadi perhatian dari produsen benih jagung pakan hibrida. Produk benih akan disukai oleh pasar apabila tingkat kinerja melebihi tingkat harapan (kepentingan) petani dari atribut produk benih itu sendiri.

Pendugaan mengenai tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja atribut benih jagung pakan hibrida didapatkan berdasarkan penelitian terdahulu, dimana pada produk dengan tingkat penguasaan pasar tinggi, tingkat kinerja atribut cenderung melebihi tingkat kepentingannya. Pendugaan ini dapat dibuktikan

melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Hal ini akan berpengaruh pada hipotesis tingkat kepuasan petani dimana tingkat kepuasan petani terhadap penggunaan benih jagung pakan hibrida diduga berada pada posisi puas. Berdasarkan penelitian terdahulu, pendugaan tingkat kepuasan cenderung berhubungan dengan hasil analisis IPA, dimana kondisi puasnya petani dapat dilihat dari tingkat kinerja seluruh atribut yang melebihi tingkat kepentingannya. Tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat melalui analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Karakteristik petani sebagai konsumen berbeda dengan karakteristik konsumen pada umumnya. Benih jagung pakan hibrida dalam hal ini dikonsumsi oleh petani sebagai barang input produksi. Hal tersebut mengartikan bahwa harapan petani untuk mendapatkan benih dengan kinerja baik bukan hanya mempertimbangkan kepuasan diri, namun juga mempertimbangkan *trade-off* pada usahatani yang dijalankannya. Pertimbangan yang dilakukan petani, sebagai konsumen, akan membentuk sikap dan persepsi yang berbeda.

Berbagai hal di atas dapat dirangkum karakteristik petani sebagai konsumen dalam hal penggunaan benih jagung pakan hibrida. Apabila harapan petani terpenuhi, akan membentuk komitmen terhadap produk benih jagung pakan yang digunakan dan berencana untuk membeli kembali dimasa yang akan datang. Pembentukan tingkat loyalitas petani dapat dilakukan melalui analisis loyalitas dengan menggunakan metode Piramida Loyalitas. Pendugaan berdasarkan studi literatur juga dapat disesuaikan dengan petani sebagai konsumen dari benih jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi. Penelitian ini akan membahas mengenai seberapa besar hubungan kepuasan dengan loyalitas petani terhadap penggunaan benih Bisi 2 di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Hubungan kepuasan dengan loyalitas petani dapat dihitung menggunakan korelasi *Rank Spearman*. Hasil dari integrasi ini akan memberikan penerangan untuk membentuk strategi pemasaran yang tepat untuk memasuki pasar yang memiliki karakteristik serupa, terutama bagi produsen benih yang baru akan memasuki pasar. Secara skematis kerangka berpikir penelitian dapat disajikan pada kerangka pemikiran Gambar 2.



Keterangan:

→ : Alur analisis

- - - : Alur metode analisis data

Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3.2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan untuk sebagai jawaban sementara untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung pakan sudah sesuai dengan harapan petani di Desa Purwodadi karena posisi produk benih sebagai pemimpin pasar dan memiliki penguasaan pasar yang sangat besar.
2. Petani jagung pakan di Desa Purwodadi puas dalam penggunaan produk benih jagung pakan berdasarkan tingkat kesesuaian dengan rata-rata tingkat kinerja atribut lebih tinggi atau sama dengan tingkat kepentingannya.
3. Petani loyal berada pada tingkatan *committed buyer* dalam pembelian produk benih jagung pakan sehingga petani melakukan pembelian produk secara berulang karena berkomitmen membeli benih jagung pakan pada setiap kegiatan usahatannya.
4. Hubungan tingkat kepuasan dengan loyalitas petani terhadap produk benih jagung pakan sedang karena pelanggan akan tetap loyal apabila persepsi petani terhadap kinerja benih sesuai dengan apa yang dirasakan dan menjadi loyal.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1.	Keandalan	Harga benih	<p>Nilai nominal yang dibayar petani untuk mendapatkan benih jagung pakan dalam satuan rupiah.</p>	<p>(1) Ya : Jika atribut harga benih dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut harga benih tidak dipertimbangkan petani.</p>	<p>(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut harga benih. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut harga benih. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut harga benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut harga benih. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut harga benih.</p>	<p>(1) Tidak baik, jika harga benih >Rp.120.000. (2) Kurang baik, jika harga benih Rp 96.000 - Rp 120.000. (3) Cukup baik, jika harga benih Rp 81.000 - Rp 95.000. (4) Baik, jika harga benih Rp 65.000 - Rp 80.000. (5) Sangat baik, jika harga benih <Rp 65.000.</p>
2.	Keandalan	Merek	<p>Nama, istilah, simbol atau logo benih jagung pakan yang digunakan petani.</p>	<p>(1) Ya : Jika atribut merek dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut merek tidak dipertimbangkan petani.</p>	<p>(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut merek. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut merek. (3) Cukup penting, jika petani</p>	<p>(1) Tidak baik, jika petani tidak fanatik terhadap merek dagang dan mau mempertimbangkan merek lain. (2) Kurang baik, jika jika petani fanatik terhadap >3</p>

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
				petani.	cukup mementingkan atribut merek.	merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain
					(4) Penting, jika petani mementingkan atribut merek.	(3) Cukup baik, jika petani fanatik terhadap 3 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain.
					(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut merek.	(4) Baik, jika jika petani fanatik terhadap 2 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain.
						(5) Sangat baik, jika petani fanatik terhadap 1 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain.
3.	Daya tahan	Daya simpan	Kemampuan waktu simpan benih jagung pakan setelah benih dibeli dalam satuan bulan.	(1) Ya : Jika atribut daya simpan dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut daya simpan tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut daya simpan. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut daya simpan. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan	(1) Tidak baik, jika daya simpan <8 bulan. (2) Kurang baik, jika daya simpan 8-10 bulan. (3) Cukup baik, jika daya simpan >10-12 bulan. (4) Baik, jika daya simpan >12-18 bulan.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
					atribut daya simpan.	(5) Sangat baik, jika daya simpan >18 bulan.
					(4) Penting, jika petani mementingkan atribut daya simpan.	
					(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut daya simpan.	
					(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut tanggal kadaluarsa.	
			Rentang waktu benih jagung pakan setelah diproduksi sampai tidak bisa digunakan dalam satuan bulan.	(1) Ya : Jika atribut tanggal kadaluarsa dipertimbangkan petani.	(2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut tanggal kadaluarsa.	(1) Tidak baik, jika masa kadaluarsa <8 bulan.
4.	Daya tahan	Tanggal kadaluarsa		(0) Tidak : Jika atribut tanggal kadaluarsa tidak dipertimbangkan petani.	(3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut tanggal kadaluarsa.	(2) Kurang baik, jika masa kadaluarsa 8-10 bulan.
					(4) Penting, jika petani mementingkan atribut tanggal kadaluarsa.	(3) Cukup baik, jika masa kadaluarsa >10-12 bulan.
					(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut tanggal kadaluarsa.	(4) Baik, jika masa kadaluarsa >12-18 bulan.
						(5) Sangat baik, jika masa kadaluarsa >18 bulan.
5.	Kemampuan pelayanan	Ketersediaan benih jagung pakan di toko pertanian	Ketersediaan benih jagung pakan di toko pertanian	(1) Ya : Jika atribut ketersediaan benih dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut ketersediaan benih.	(1) Tidak baik, jika tidak selalu tersedia di toko pertanian terdekat.
					(2) Kurang penting, jika petani	(2) Kurang baik, jika jarang

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			terdekat.	(0) Tidak : Jika atribut ketersediaan benih tidak dipertimbangkan petani.	kurang mementingkan atribut ketersediaan benih. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut ketersediaan benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut ketersediaan benih. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut ketersediaan benih.	tersedia di toko pertanian terdekat. (3) Cukup baik, jika kadang-kadang tersedia di toko pertanian terdekat. (4) Baik, jika sering tersedia di toko pertanian terdekat. (5) Sangat baik, jika selalu tersedia di toko pertanian terdekat.
6.	Kemampuan pelayanan	Informasi benih	Informasi perusahaan yang memproduksi, tanggal kadaluarsa, <i>netto</i> , sertifikasi, potensi hasil, dan petunjuk penggunaan di kemasan benih jagung pakan.	(1) Ya : Jika atribut informasi benih dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut informasi benih tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut informasi benih. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut informasi benih. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut informasi benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut informasi benih. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut informasi benih.	(1) Tidak baik, jika tidak ada informasi benih mengenai perusahaan yang memproduksi, tanggal kadaluarsa, <i>netto</i> , sertifikasi, potensi hasil, dan petunjuk penggunaan. (2) Kurang baik, jika ada informasi benih mengenai perusahaan yang memproduksi, <i>netto</i> , dan potensi hasil. (3) Cukup baik, jika ada informasi benih mengenai perusahaan yang

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
						memproduksi, tanggal kadaluarsa, <i>netto</i> , dan potensi hasil. (4) Baik, jika ada informasi benih mengenai perusahaan yang memproduksi, tanggal kadaluarsa, <i>netto</i> , potensi hasil, dan petunjuk penggunaan. (5) Sangat baik, jika ada informasi benih mengenai perusahaan yang memproduksi, tanggal kadaluarsa, <i>netto</i> , sertifikasi, potensi hasil, dan petunjuk penggunaan
7.	Kemampuan pelayanan	Garansi	Pergantian produk baru yang dilakukan perusahaan apabila produk benih jagung pakan tidak sesuai yang dijanjikan.	(1) Ya : Jika atribut garansi dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut garansi tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut garansi. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut garansi. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut garansi. (4) Penting, jika petani	(1) Tidak baik, jika tidak ada garansi. (2) Kurang baik, jika garansi dilayani ≥ 3 minggu setelah pengembalian produk. (3) Cukup baik, jika garansi dilayani 2-<3 minggu setelah pengembalian produk. (4) Baik, jika garansi dilayani

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
					mementingkan atribut garansi.	1-<2 minggu setelah pengembalian produk.
				(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut garansi.	(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut garansi.	(5) Sangat baik, jika garansi dilayani <1 minggu setelah pengembalian produk.
				(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut sertifikasi benih.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut sertifikasi benih.	(1) Tidak baik, jika produk benih tidak memiliki sertifikasi mutu benih dari BPSB, SK pelepasan dari Kementerian Pertanian dan izin edar benih dari BPSB.
8.	Kemampuan pelayanan	Sertifikasi benih	Sertifikat yang diperoleh perusahaan benih jagung pakan.	(1) Ya : Jika atribut sertifikasi benih dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut sertifikasi benih tidak dipertimbangkan petani.	(2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut sertifikasi benih. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut sertifikasi benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut sertifikasi benih. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut sertifikasi benih.	(2) Kurang baik, jika memiliki 1 sertifikasi benih. (3) Cukup baik, jika memiliki 2 sertifikasi benih. (4) Baik, jika memiliki 3 sertifikasi benih. (5) Sangat baik, jika memiliki >3 sertifikasi benih.
9.	Kemampuan pelayanan	Asal produksi benih	Nama perusahaan yang memproduksi benih jagung	(1) Ya : Jika atribut asal produksi benih dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut asal produksi benih. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut asal produksi benih.	(1) Tidak baik, jika petani tidak pernah mendengar asal produksi benih. (2) Kurang baik, jika petani hanya 1 kali mendengar asal produksi benih.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			pakan.	asal produksi benih tidak dipertimbangkan petani.	(3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut asal produksi benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut asal produksi benih. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut asal produksi benih.	(3) Cukup baik, jika petani hanya 2 kali mendengar asal produksi benih. (4) Baik, jika petani hanya 3 kali mendengar asal produksi benih. (5) Sangat baik, jika petani hanya >3 kali mendengar asal produksi benih.
10.	Daya tarik	Warna biji	Warna biji jagung pakan yang menandakan kondisinya normal, sehat, dan menarik bagi petani.	(1) Ya : Jika atribut warna biji dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut warna biji tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut warna biji. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut warna biji. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut warna biji. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut warna biji. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut warna biji.	(1) Tidak baik, jika warna biji kuning pucat. (2) Kurang baik, jika warna biji kuning muda. (3) Cukup baik, jika warna biji kuning terang. (4) Baik, jika warna biji kuning tua. (5) Sangat baik, jika warna biji oranye.
11.	Daya tarik	Tampilan kemasan	Corak warna pada	(1) Ya : Jika atribut tampilan kemasan	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut	(1) Tidak baik, jika kemasan tidak terdapat gambar

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			pembungkus produk benih jagung pakan.	dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut tampilan kemasan tidak dipertimbangkan petani.	tampilan kemasan. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut tampilan kemasan. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut tampilan kemasan. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut tampilan kemasan. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut tampilan kemasan.	jagung dan berwarna putih polos. (2) Kurang baik, jika kemasan memuat gambar jagung dan memiliki 1 corak warna putih. (3) Cukup baik, jika kemasan memuat gambar jagung dan memiliki 2 corak warna putih dan hijau. (4) Baik, jika kemasan memuat gambar jagung dan memiliki 3 corak warna putih, hijau, dan kuning. (5) Sangat baik, jika kemasan memuat gambar jagung dan memiliki >3 corak warna putih, hijau, kuning, dan merah.
12.	Daya tarik	Ketahanan kemasan	Daya simpan kemasan jagung pakan pada rentang waktu tertentu dilihat dari	(1) Ya : Jika atribut ketahanan kemasan dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut ketahanan	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut ketahanan kemasan. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut ketahanan kemasan. (3) Cukup penting, jika petani	(1) Tidak baik, jika kemasan berbahan dasar kertas. (2) Kurang baik, jika kemasan berbahan dasar plastik klip. (3) Cukup baik, jika kemasan berbahan dasar polyethylene dan dilakukan

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			bahan kemasan.	kemasan tidak dipertimbangkan petani.	cukup mementingkan atribut ketahanan kemasan. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut ketahanan kemasan. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut ketahanan kemasan.	pengepresan. (4) Baik, jika kemasan berbahan dasar hermetik. (5) Sangat baik, jika kemasan berbahan dasar aluminium foil.
13.	Kinerja	Produktivitas	Kemampuan benih menghasilkan produksi jagung pakan (ton/hektar).	(1) Ya : Jika atribut produktivitas dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut produktivitas tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut produktivitas. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut produktivitas. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut produktivitas. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut produktivitas. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut produktivitas.	(1) Tidak baik, jika produktivitas <4 ton/hektar. (2) Kurang baik, jika produktivitas 4-7 ton/hektar. (3) Cukup baik, jika produktivitas 7-10 ton/hektar. (4) Baik, jika produktivitasnya 10-13 ton/hektar. (5) Sangat baik, jika produktivitasnya >13 ton/hektar.
14.	Kinerja	Umur panen	Daur hidup jagung pakan mulai	(1) Ya : Jika atribut umur panen dipertimbangkan	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut umur panen.	(1) Tidak baik, jika umur panen >120 hari. (2) Kurang baik, jika umur

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			ditanam hingga dapat dipanen dalam satuan hari.	petani. (0) Tidak : Jika atribut umur panen tidak dipertimbangkan petani.	(2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut umur panen. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut umur panen. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut umur panen. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut umur panen.	panen 111-120 hari. (3) Cukup baik, jika umur panen 101-110 hari. (4) Baik, jika umur panen 90-100 hari. (5) Sangat baik, jika umur panen <90 hari.
15.	Kinerja	Keseragaman ukuran benih	Ukuran benih jagung pakan yang seragam atau tidak dalam satu kemasan.	(1) Ya : Jika atribut keseragaman ukuran benih dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut keseragaman ukuran benih tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut keseragaman ukuran benih. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut keseragaman ukuran benih. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut keseragaman ukuran benih. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut keseragaman ukuran benih.	(1) Tidak baik, jika persentase keseragaman ukuran benih <60%. (2) Kurang baik, jika persentase keseragaman ukuran benih 60-70%. (3) Cukup baik, jika persentase keseragaman ukuran benih 71-80%. (4) Baik, jika persentase keseragaman ukuran benih 81-90%. (5) Sangat baik, jika persentase keseragaman ukuran benih

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
					(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut keseragaman ukuran benih.	>90%.
16.	Kinerja	Daya tumbuh	Persentase jumlah benih jagung pakan yang tumbuh.	(1) Ya : Jika atribut daya tumbuh dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut daya tumbuh tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut daya tumbuh. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut daya tumbuh. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut daya tumbuh. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut daya tumbuh. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut daya tumbuh.	(1) Tidak baik, jika persentase daya tumbuh <80%. (2) Kurang baik, jika persentase daya tumbuh 80-85%. (3) Cukup baik, jika persentase daya tumbuh 86-90%. (4) Baik, jika persentase daya tumbuh 91-95%. (5) Sangat baik, jika persentase daya tumbuh >95%.
17.	Kinerja	Kemudahan pemipilan	Persentase mudah tidaknya jagung pakan saat pemipilan.	(1) Ya : Jika atribut kemudahan pemipilan dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut kemudahan	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut kemudahan pemipilan. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut kemudahan pemipilan.	(1) Tidak baik, jika persentase hancur pipil >60%. (2) Kurang baik, jika persentase hancur pipil 41-60%. (3) Cukup baik, jika persentase hancur pipil 26-40%.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
				<p>pemipilan tidak dipertimbangkan petani.</p>	<p>(3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut kemudahan pemipilan.</p> <p>(4) Penting, jika petani mementingkan atribut kemudahan pemipilan.</p> <p>(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut kemudahan pemipilan.</p>	<p>(4) Baik, jika persentase hancur pipil 10-25%.</p> <p>(5) Sangat baik, jika persentase hancur pipil <10%.</p>
18.	Kinerja	Bentuk tanaman	<p>Kualitas batang, daun, dan tinggi jagung pakan pada umur dewasa.</p>	<p>(1) Ya : Jika atribut bentuk tanaman dipertimbangkan petani.</p> <p>(0) Tidak : Jika atribut bentuk tanaman tidak dipertimbangkan petani.</p>	<p>(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut bentuk tanaman.</p> <p>(2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut bentuk tanaman.</p> <p>(3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut bentuk tanaman.</p> <p>(4) Penting, jika petani mementingkan atribut bentuk tanaman.</p> <p>(5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut bentuk tanaman.</p>	<p>(1) Tidak baik, jika batang tidak kekar, berdaun jarang, dan tinggi <1,5 m.</p> <p>(2) Kurang baik, jika batang tidak kekar, berdaun jarang, dan tinggi 1,5-1,9 m.</p> <p>(3) Cukup baik, jika batang kekar, berdaun jarang, dan tinggi 2-2,5 m.</p> <p>(4) Baik, jika batang kekar, berdaun lebat, dan tinggi 2,6-3 m.</p> <p>(5) Sangat baik, jika batang kekar, berdaun lebat, dan tinggi >3 m.</p>

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
19.	Kinerja	Jumlah tongkol	Jumlah tongkol dalam satu tanaman jagung pakan.	(1) Ya : Jika atribut jumlah tongkol dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut jumlah tongkol tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut jumlah tongkol. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut jumlah tongkol. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut jumlah tongkol. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut jumlah tongkol. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut jumlah tongkol.	(1) Tidak baik, jika jumlah tongkol 1 ukuran sedang. (2) Kurang baik, jika jumlah tongkol 1 ukuran besar. (3) Cukup baik, jika jumlah tongkol 2 ukuran kecil dan sedang. (4) Baik, jika jumlah tongkol 2 ukuran kecil dan besar. (5) Sangat baik, jika jumlah tongkol 2 ukuran sedang dan besar.
20.	Kinerja	Panjang tongkol	Ukuran tongkol jagung pakan dalam satu tanaman dengan satuan cm.	(1) Ya : Jika atribut panjang tongkol dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut panjang tongkol tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut panjang tongkol. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut panjang tongkol. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut panjang tongkol. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut panjang tongkol.	(1) Tidak baik, jika panjang tongkol <15 cm. (2) Kurang baik, jika panjang tongkol 15-17 cm. (3) Cukup baik, jika panjang tongkol >17-19 cm. (4) Baik, jika panjang tongkol >19-21 cm. (5) Sangat baik, jika panjang tongkol >21 cm.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
					panjang tongkol. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut panjang tongkol.	
					(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut ujung tongkol penuh. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut ujung tongkol penuh.	(1) Tidak baik, jika ujung tongkol tidak penuh >4 cm. (2) Kurang baik, jika ujung tongkol tidak penuh 3,1-4 cm.
21.	Kinerja	Ujung tongkol penuh	Kemampuan biji jagung pakan menutupi tongkol tanpa menyisakan ruang putih pada ujung tongkol dalam cm.	(1) Ya : Jika atribut ujung tongkol penuh dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut ujung tongkol penuh tidak dipertimbangkan petani.	(3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut ujung tongkol penuh. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut ujung tongkol penuh. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut ujung tongkol penuh.	(3) Cukup baik, jika ujung tongkol tidak penuh 2,1- 3 cm. (4) Baik, jika ujung tongkol tidak penuh 1-2 cm. (5) Sangat baik, jika ujung tongkol tidak penuh <1 cm.
22.	Kinerja	Tebal klobot	Jumlah lembaran pembungkus yang	(1) Ya : Jika atribut tebal klobot dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut tebal klobot. (2) Kurang penting, jika petani	(1) Tidak baik, jika tebal klobot >7 lapis. (2) Kurang baik, jika tebal klobot 7 lapis.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			menutupi jagung pakan.	(0) Tidak : Jika atribut tebal klobot tidak dipertimbangkan petani.	kurang mementingkan atribut tebal klobot. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut tebal klobot. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut tebal klobot. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut tebal klobot.	(3) Cukup baik, jika tebal klobot 6 lapis. (4) Baik, jika tebal klobot 5 lapis. (5) Sangat baik, jika tebal klobot <5 lapis.
23.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Tahan terhadap hama dan penyakit	Persentase jagung pakan tetap tumbuh dan produksi walaupun terserang hama dan penyakit.	(1) Ya : Jika atribut tahan terhadap hama dan penyakit dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut tahan terhadap hama dan penyakit tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut tahan terhadap hama dan penyakit. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut tahan terhadap hama dan penyakit. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut tahan terhadap hama dan penyakit. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut tahan terhadap hama dan	(1) Tidak baik, jika persentase tahan terhadap hama dan penyakit $\leq 40\%$ (2) Kurang baik, jika persentase tahan terhadap hama dan penyakit 41-60%. (3) Cukup baik, jika persentase tahan terhadap hama dan penyakit 61-80%. (4) Baik, jika persentase tahan terhadap hama dan penyakit 81-90%. (5) Sangat baik, jika persentase tahan terhadap hama dan penyakit $>90\%$.

Lanjutan Table 1. Pengukuran Variabel Uji Cochran's Q, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji Cochran's Q	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
					penyakit. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut tahan terhadap hama dan penyakit.	
24.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Tahan roboh	Kemampuan jagung pakan tetap tumbuh dan produksi walaupun terserang kekeringan, hujan lebat, angin, dan banjir yang dapat menyebabkan roboh.	(1) Ya : Jika atribut tahan roboh dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut tahan roboh tidak dipertimbangkan petani.	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut tahan roboh. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut tahan roboh. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut tahan roboh. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut tahan roboh. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut tahan roboh.	(1) Tidak baik, jika persentase tahan roboh $\leq 40\%$ (2) Kurang baik, jika persentase tahan roboh 41-60%. (3) Cukup baik, jika persentase tahan roboh 61-80%. (4) Baik, jika persentase tahan roboh 81-90%. (5) Sangat baik, jika persentase tahan roboh $> 90\%$.
25.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Jumlah benih per kemasan	Jumlah biji jagung pakan dalam satu kilo kemasan.	(1) Ya : Jika atribut jumlah benih per kemasan dipertimbangkan petani. (0) Tidak : Jika atribut	(1) Tidak penting, jika petani tidak mementingkan atribut jumlah benih per kemasan. (2) Kurang penting, jika petani kurang mementingkan atribut jumlah benih per	(1) Tidak baik, jika jumlah benih per kemasan < 1.400 benih. (2) Kurang baik, jika jumlah benih per kemasan 1.401-1.500 benih.

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Uji *Cochran's Q*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Dimensi kualitas	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel		
				Uji <i>Cochran's Q</i>	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
			jumlah benih per kemasan tidak dipertimbangkan petani.	jumlah benih per kemasan. (3) Cukup penting, jika petani cukup mementingkan atribut jumlah benih per kemasan. (4) Penting, jika petani mementingkan atribut jumlah benih per kemasan. (5) Sangat penting, jika petani sangat mementingkan atribut jumlah benih per kemasan.	(3) Cukup baik, jika jumlah benih per kemasan 1.501-1.600 benih. (4) Baik, jika jumlah benih per kemasan 1.601- 1.700 benih. (5) Sangat baik, jika jumlah benih per kemasan >1.700 benih.	

Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
<i>Switcher Buyer</i>	Harga	Frekuensi petani berganti merek karena terdapat perbandingan harga antar satu merek benih jagung pakan dengan merek lain yang lebih murah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak pernah, jika petani tidak pernah berganti merek benih jagung pakan meskipun terdapat merek benih yang lebih murah. 2. Jarang, jika petani pernah berganti merek sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam karena terdapat benih jagung pakan yang lebih murah. 3. Kadang-kadang, jika petani pernah berganti merek sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam karena terdapat benih jagung pakan

Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
			<p>yang lebih murah.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Sering, jika petani pernah berganti merek sebanyak 3 kali selama 4 kali musim tanam karena terdapat benih jagung pakan yang lebih murah. 5. Selalu, jika petani selalu berganti merek setiap musim tanam karena terdapat benih jagung pakan yang lebih murah.
	Ketersediaan benih	Frekuensi petani berganti merek benih jagung pakan karena tidak tersedia di toko pertanian terdekat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak pernah, jika petani tidak pernah berganti merek benih jagung pakan karena benih jagung pakan selalu tersedia di toko pertanian terdekat. 2. Jarang, jika petani pernah berganti merek sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam karena benih jagung pakan jarang tersedia di toko pertanian terdekat. 3. Kadang-kadang, jika petani pernah berganti merek sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam karena benih jagung pakan kadang-kadang tersedia di toko pertanian terdekat. 4. Sering, jika petani pernah berganti merek sebanyak 3 kali selama 4 kali musim tanam karena benih jagung pakan sering tersedia di toko pertanian terdekat. 5. Selalu, jika petani selalu berganti merek benih jagung pakan karena tidak tersedia di toko pertanian terdekat.



Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

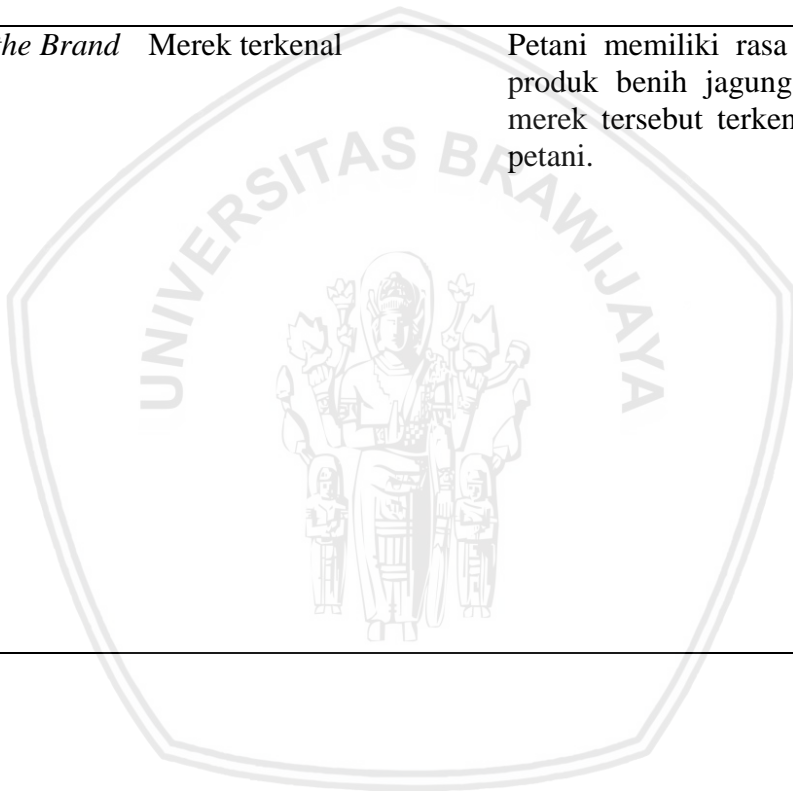
Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
<i>Habitual Buyer</i>	Terbiasa dengan produk	Petani merasa terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan tertentu dikarenakan beberapa alasan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena merek tersebut terbiasa digunakan petani tanpa melihat kinerja. 2. Tidak setuju, jika petani jarang menggunakan merek benih jagung pakan karena petani kurang puas dengan merek benih jagung pakan yang digunakan. 3. Ragu-ragu, jika petani kadang-kadang menggunakan merek benih jagung pakan karena petani cukup puas dengan merek benih jagung pakan yang digunakan. 4. Setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani puas dengan merek benih jagung pakan yang digunakan. 5. Sangat setuju, jika petani sangat terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani sangat puas dengan merek benih jagung pakan yang digunakan.
	Pengaruh orang lain	Petani merasa terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan tertentu dikarenakan petani lain juga menggunakan benih tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani lain terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan. 2. Tidak setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani lain menggunakan merek benih jagung pakan sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam.

Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
			<ol style="list-style-type: none"> 3. Ragu-ragu, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani lain menggunakan merek benih jagung pakan sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam. 4. Setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena petani lain menggunakan merek benih jagung pakan sebanyak 3 kali selama 4 kali musim tanam. 5. Sangat setuju, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan bukan karena pengaruh petani lain.
<i>Satisfied Buyer</i>	Produktivitas (potensi hasil)	Petani merasa puas menggunakan merek benih jagung pakan tertentu dikarenakan benih tersebut menghasilkan produksi yang tinggi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak puas, jika petani tidak terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena potensi hasil <4 ton/hektar. 2. Tidak puas, jika petani jarang menggunakan merek benih jagung pakan karena potensi hasil 4-7 ton/hektar. 3. Cukup puas, jika petani kadang-kadang menggunakan merek benih jagung pakan karena potensi hasil 7-10 ton/hektar. 4. Puas, jika petani terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena potensi hasil 10-13 ton glondong/hektar. 5. Sangat puas, jika petani sangat terbiasa menggunakan merek benih jagung pakan karena potensi hasil >13 ton.
	Ketahanan hama dan penyakit	Petani merasa puas menggunakan merek benih jagung pakan tertentu dikarenakan benih tersebut memiliki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak puas, jika benih yang digunakan petani memiliki ketahanan $\leq 40\%$ terhadap serangan hama dan penyakit.

Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		ketahanan terhadap hama dan penyakit.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Tidak puas, jika benih yang digunakan petani memiliki ketahanan 41-60% terhadap serangan hama dan penyakit. 3. Cukup puas, jika benih yang digunakan petani memiliki ketahanan 61-80% terhadap serangan hama dan penyakit. 4. Puas, jika benih yang digunakan petani memiliki ketahanan 81-90% terhadap serangan hama dan penyakit. 5. Sangat puas, jika tanaman tahan >90% terhadap serangan hama dan penyakit.
<i>Liking the Brand</i>	Merek terkenal	Petani memiliki rasa suka terhadap produk benih jagung pakan karena merek tersebut terkenal di kalangan petani.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak suka, jika merek benih yang digunakan petani tidak terkenal di kalangan petani. 2. Tidak suka, jika merek benih yang digunakan hanya terdengar sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam di kalangan petani. 3. Biasa saja, jika merek benih yang digunakan hanya terdengar sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam di kalangan petani. 4. Suka, jika merek benih yang digunakan hanya terdengar sebanyak 3 kali selama 4 kali musim tanam di kalangan petani. 5. Sangat suka, jika merek benih yang digunakan hanya terdengar sebanyak >3 kali selama 4 kali musim tanam di kalangan petani.



Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
	Pengalaman penggunaan	Petani memiliki rasa suka terhadap produk benih jagung pakan dikarenakan pengalaman setelah menggunakan benih jagung pakan memberikan penerimaan yang menguntungkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak suka, jika benih yang digunakan petani memberikan penerimaan usahatani yang lebih kecil daripada biaya produksi. 2. Tidak suka, jika benih yang digunakan petani mampu memberikan penerimaan yang sama dengan biaya produksi. 3. Biasa saja, jika benih yang digunakan petani mampu memberikan penerimaan sebesar 1,5 kali dari biaya produksi. 4. Suka, jika benih yang digunakan petani mampu memberikan penerimaan sebesar 2 kali dari biaya produksi. 5. Sangat suka, jika benih yang digunakan petani mampu memberikan penerimaan sebesar >2 kali biaya produksi.
<i>Comitted Buyer</i>	Komitmen pembelian	Petani memiliki komitmen untuk menggunakan benih jagung pakan pada setiap kegiatan budidaya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak pernah, jika petani tidak memiliki komitmen menggunakan merek benih jagung pakan pada setiap kegiatan budidayanya. 2. Jarang, jika petani berubah pilihan merek benih jagung pakan sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam pada setiap kegiatan budidayanya. 3. Kadang-kadang, jika petani berubah pilihan merek benih jagung pakan sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam pada setiap kegiatan budidayanya. 4. Sering, jika petani berubah pilihan merek benih jagung pakan merek benih jagung pakan sebanyak 3 kali selama 4 kali musim

Lanjutan Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Loyalitas Petani Benih Jagung Pakan

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
			tanam pada setiap kegiatan budidayanya. 5. Selalu, jika petani selalu berkomitmen menggunakan merek benih jagung pakan pada setiap kegiatan budidayanya.
	Merekomendasikan kepada petani lain	Petani merekomendasikan benih jagung pakan kepada petani lainnya untuk digunakan.	1. Tidak pernah, jika petani tidak pernah merekomendasikan benih jagung pakan kepada petani lain. 2. Jarang, jika petani pernah merekomendasikan benih jagung pakan kepada orang lain sebanyak 1 kali selama 4 kali musim tanam. 3. Kadang-kadang jika petani pernah merekomendasikan benih jagung pakan kepada orang lain sebanyak 2 kali selama 4 kali musim tanam. 4. Sering, jika petani pernah merekomendasikan benih jagung pakan kepada orang lain sebanyak 3 kali selama 4 kali musim tanam. 5. Selalu, jika petani pernah merekomendasikan benih jagung pakan kepada orang lain sebanyak >3 kali.



IV. METODE PENELITIAN

4.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni mengumpulkan data berupa angka dari responden yang kemudian dianalisis secara statistik untuk menjawab tujuan penelitian. Selain itu, di dalam penelitian ini juga dilakukan uji hipotesis untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan yaitu menggunakan uji *Cochran Q* dan analisis korelasi *Rank Spearman*. Uji tersebut dilakukan untuk menyeleksi atribut valid yang dipertimbangkan petani dalam memilih benih jagung. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui hubungan kepuasan dengan loyalitas petani yang menggunakan benih jagung pakan.

4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dimana peneliti menentukan berdasarkan kriteria-kriteri tertentu yang dirumuskan oleh peneliti yaitu di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Lokasi ini dengan pertimbangan dari *key informant* di kantor Badan Penyuluhan Pertanian Kecamatan Donomulyo, sentra produksi jagung pakan hibrida di Kecamatan Donomulyo dan Desa Purwodadi merupakan desa dengan kuantitas produksi jagung pakan hibrida tertinggi di Kecamatan Donomulyo. Status daerah sentra produksi menjadikan Desa Purwodadi sebagai pasar yang potensial bagi produk benih jagung pakan hibrida. Penelitian dilakukan di Desa Purwodadi karena dianggap relevan untuk menjelaskan perilaku petani sebagai konsumen produk benih jagung pakan hibrida. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2019.

4.3. Teknik Penentuan Sampel

Sampel dalam penelitian ini ada dua macam. Sampel yang pertama digunakan uji *Cochran Q* untuk menyeleksi atribut valid yang dipertimbangkan petani dalam memilih benih jagung. Sampel yang kedua digunakan untuk mengetahui karakteristik petani responden, tingkat kepentingan, tingkat kinerja, serta loyalitas petani terhadap produk benih jagung yang digunakan. Penentuan sampel penelitian untuk uji *Cochran Q* menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan untuk uji *Cochran Q* dilakukan di wilayah Malang raya

karena dapat mewakili dari setiap petani jagung yang memiliki persepsi sama pada atribut yang melekat dengan mempertimbangkan dalam memilih produk benih jagung. Jumlah sampel sebanyak 50 petani yang pernah melakukan pembelian benih jagung pakan.

Populasi penentuan sampel kedua dalam penelitian ini adalah petani di Desa Purwodadi yang menggunakan benih jagung pakan Bisi 2. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Metode *non-probability sampling* yang dipilih adalah teknik *purposive sampling*, pada teknik ini sampel diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan masalah penelitian (Margono, 2008). Dalam perumusanya kriterianya, subjektivitas dan memiliki kriteria-kriteria khusus (Siagian & Sugiarto, 2002; Nazir, 2005; Purwanto & Sulistyatusti, 2017). Kriteria yang ditentukan diantaranya petani yang telah menggunakan merek Bisi 2 dan telah melakukan penanaman jagung pakan minimal tiga kali musim tanam ketika penelitian dilakukan. Penentuan sampel responden dipilih oleh peneliti terkait dengan masalah penelitian dan bertujuan untuk generalisasi terhadap populasi (Melka, 2012). Jumlah sampel yang akan diteliti ini menggunakan persyaratan teori dari Hair et.al,(2014) menyatakan bahwa jumlah sampel $5 \times$ jumlah atribut yang valid dipertimbangkan melalui uji Chocran Q. Atribut yang lolos uji pada penelitian ini sebanyak 7. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 35 petani ($7 \text{ atribut valid} \times 5$). Menurut Gay, Milis, & Airasian (2012) sampel minimal pada penelitian korelasi sebanyak 30 orang.

4.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan data primer. Sedangkan metode dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data sekunder. Berikut adalah penjelasan mengenai kebutuhan data pada masing-masing metode dalam pengumpulan data, antara lain sebagai berikut:

4.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari tempat serta responden penelitian yakni petani yang berada di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Berikut metode yang digunakan dalam pengamabilan data penelitian, anataro lain:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan terjadi di lapang dan mencari sample penelitian yang memenuhi kriteria dari tujuan penelitian. Observasi dilakukan untuk mengetahui produk benih jagung pakan yang menjadi pemimpin pasar di Desa Purwodadi serta informasi-informasi pendukung dari produk tersebut. Selain itu, oberservasi dilakukan untuk mengetahui perilaku petani sebagai kosumen benih jagung pakan dilokasi penelitian.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti kepada responden dengan melakukan tanya jawab melalui kuesioner yang berisi daftar pertanyaan sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data primer. Responden yang merupakan narasumber pada kegiatan wawancara adalah petani jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Data yang akan diperoleh dalam kegiatan wawancara ialah tingkat kinerja dan tingkat kepentingan petani pada atribut benih jagung pakan hibrida, tingkat kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida, tingkat loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida dan hubungan kepuasan dengan loyalitas petani terhadap atribut produk benih jagung pakan hibrida.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk pengambilan data responden yakni petani jagung pakan hibrida di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang.

4.4.2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai jenis sumber dari pustaka ilmiah yang mendukung. Bentuk data sekunder yang digunakan yaitu jenis sumber dari pustaka ilmiah yang merupakan hasil penelitian terdahulu, sumber dari instansi yang terkait yakni Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang.

4.5. Teknik Analisis Data

4.5.1. Uji Instrumen

Uji instrumen yang dalam penelitian ini diuji melalui tahapan dengan menggunakan Uji *Cochran Q Test*. Petani sebagai responden diberikan pertanyaan tertutup mengenai atribut yang melekat dan menjadi pertimbangan petani, pilihannya yaitu “Ya” dan “Tidak” pada kuisioner. Pada penelitian ini dalam pengolahan data, skala yang digunakan adalah skala nominal yaitu jawaban “Ya” diberi nilai 1 dan untuk jawaban “Tidak” diberi nilai yaitu 0. Uji *Cochran Q Test* digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap sah (valid) yang merupakan riset pendahuluan untuk menentukan atribut-atribut apa saja yang melekat pada produk benih jagung pakan (Simamora, 2004). Pengujian *Cochran Q Test* pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 16. Uji *Cochran Q Test* dapat dilihat pada Lampiran 1. Dilakukan *Cochran Q Test* dengan prosedur sebagai berikut:

1. Hipotesis atas atribut yang akan diuji, yaitu:
 - H0: Semua atribut produk benih jagung pakan yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang sama.
 - H1: Semua atribut produk benih jagung pakan yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang berbeda.
2. Mencari Q hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) [k \sum_i^k C_i^2 - (\sum_i^k C_i)^2]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2} \dots\dots\dots (4.1)$$

Keterangan:

Q = Q Hitung

K = Jumlah atribut produk benih jagung pakan yang diuji

i = Atribut ke-i

j = Responden ke- j

C_i = Jumlah yang menjawab “ya” dari semua atribut produk benih jagung pakan untuk semua petani

R_i = Jumlah yang menjawab “ya” dari semua atribut produk benih jagung pakan untuk satu petani

n = Jumlah petani yang diuji

3. Penentuan Q tabel

Dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (dk) = jumlah atribut -1 dan akan diperoleh Q tabel (0,05; df) dari *tabel Chi Square Distribution*.

4. Keputusan:

Tolak H_0 dan terima H_a , jika $Q_{hitung} > Q_{tabel}$

Terima H_0 dan tolak H_a , jika $Q_{hitung} < Q_{tabel}$

5. Kesimpulan:

- a. Jika tolak H_0 berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua atribut. Artinya belum ada kesepakatan di antara para responden tentang atribut. Bila hal ini terjadi, maka akan dilakukan pengujian lagi dengan menghilangkan atau membuang atribut yang dimiliki jumlah jawaban YA paling kecil.
- b. Jika terima H_0 berarti proporsi jawaban YA pada semua atribut dianggap sama. Dengan demikian, semua responden dianggap sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan (Simamora, 2017).

Pengujian Q hitung dilakukan terus-menerus sampai diperoleh nilai $Q_{hitung} < Q_{tabel}$, dengan derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari Q tabel adalah $dk = k-1$ dengan taraf signifikansi 0,05

4.5.2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut benih jagung pakan sebagai tujuan pertama dari penelitian ini. Analisis ini dilakukan sebagai pendahuluan dalam menganalisis tingkat kepuasan petani di Desa Purwodadi terhadap tingkat kinerja atribut benih jagung pakan hibrida. Tingkat kepentingan dalam analisis ini menunjukkan seberapa penting

setiap atribut dari produk benih jagung pakan hibrida bagi petani yang menggunakannya. Sedangkan tingkat kinerja ialah penilaian dari petani terhadap setiap atribut produk benih jagung pakan hibrida yang telah digunakan. Hasil dari analisis ini ialah pemetaan masing-masing atribut ke dalam diagram kartesius untuk menunjukkan posisi atribut dalam hubungan antara tingkat kepentingan dan kinerja.

Penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dilakukan dengan melakukan wawancara menggunakan kuisioner tertutup yang mengarahkan petani responden di Desa Purwodadi untuk memberikan penilaian dalam skala Likert. Terdapat lima tingkatan yang diajukan dalam penilaian tingkat kepentingan yakni,

1. Nilai 5 menunjukkan bahwa atribut sangat penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam proses pembelian produk benih jagung pakan hibrida
2. Nilai 4 menunjukkan bahwa atribut tersebut penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam proses pembelian produk benih jagung pakan hibrida
3. Nilai 3 menunjukkan bahwa atribut cukup penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam proses pembelian produk benih jagung pakan hibrida
4. Nilai 2 menunjukkan bahwa atribut kurang penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam proses pembelian produk benih jagung pakan hibrida
5. Nilai 1 menunjukkan bahwa atribut tidak penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam proses pembelian produk benih jagung pakan hibrida.

Sama halnya dengan penilaian tingkat kepentingan, penilaian tingkat kinerja juga diberikan oleh responden ke dalam 5 tingkatan skala Likert. Atribut yang memiliki kinerja sangat baik kemudian diberikan nilai 5, kinerja baik diberikan nilai 4, kinerja cukup baik diberikan nilai 3, kinerja kurang baik diberikan nilai 2 dan atribut yang memiliki kinerja tidak baik diberikan nilai 1. (disajikan pada Tabel 1).

Nilai yang telah didapat dari responden kemudian diolah melalui analisis IPA dengan mengubahnya menjadi variabel X, untuk mewakili tingkat kinerja atribut dan variabel Y, untuk mewakili tingkat kepentingan atribut produk. Bobot penilaian kinerja setiap atribut (X_i) dan kepentingan setiap atribut (Y_i) dirata-ratakan menjadi (\bar{X}_i) dan (\bar{Y}_i) untuk kemudian diposisikan dalam diagram kartesius. Rata-rata nilai tingkat kinerja (\bar{X}_i) menunjukkan posisi atribut terkait

pada sumbu X, sedangkan rata-rata nilai tingkat kepentingan (\bar{Y}_i) menunjukkan posisi atribut pada sumbu Y. Perhitungan nilai \bar{X}_i dan \bar{Y}_i dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

1. Menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja atribut-atribut yang diteliti dengan membandingkan skor kinerja dan kepentingan.

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (4.2.a)$$

Keterangan :

TK_i = Tingkat kesesuaian petani terhadap atribut ke i

X_i = Tingkat kinerja petani terhadap atribut ke i

Y_i = Tingkat kepentingan petani terhadap atribut ke i

Jika dihasilkan nilai $Tki < 100\%$ berarti kinerja atribut belum memenuhi kepuasan petani. Sedangkan jika nilai $Tki > 100\%$ berarti kinerja atribut telah memenuhi kepuasan pelanggan (Harimurti, Sadeli, Utami, & Mukti, 2016). Tahap selanjutnya penilaian kepentingan dan kinerja atribut yang diformulasikan kedalam diagram katersius.

2. Menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut.

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}; \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots (4.2.b)$$

Keterangan :

\bar{X} = Bobot rata-rata penilaian tingkat kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

\bar{Y} = Bobot rata-rata penilaian tingkat kepentingan atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

X_i = Bobot total skor tingkat kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

Y_i = Bobot total skor tingkat kepentingan atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

n = Jumlah responden penelitian

3. Diagram kartesius yang digunakan dalam analisis IPA merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian, dimana bagian-bagian tersebut dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (\bar{X} , \bar{Y}).

Nilai koordinat \bar{X} dan \bar{Y} pada diagram kartesius dapat ditemukan dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k}; \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k} \dots \dots \dots (4.2.c)$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut produk benih jagung pakan hibrida

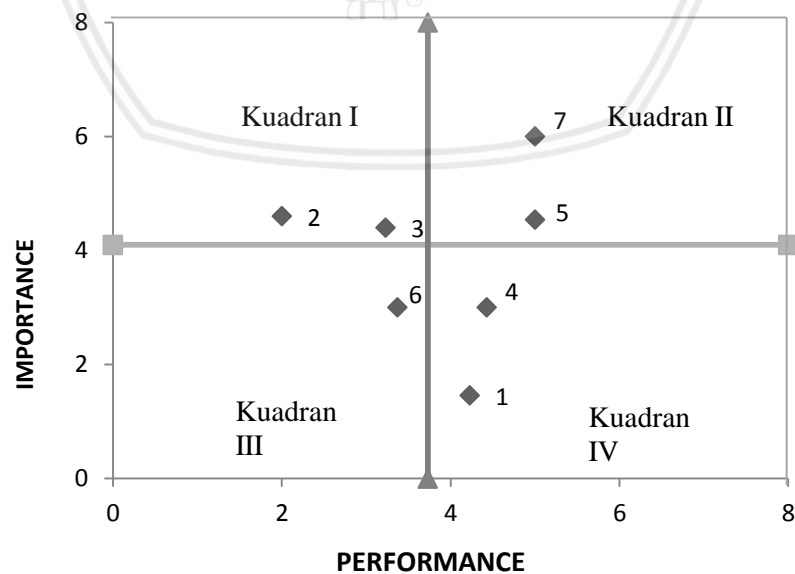
\bar{Y} = Skor rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut produk benih jagung pakan hibrida

\bar{X}_i = Bobot rata-rata penilaian tingkat kinerja atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

\bar{Y}_i = Bobot rata-rata penilaian tingkat kepentingan atribut produk benih jagung pakan hibrida ke-i

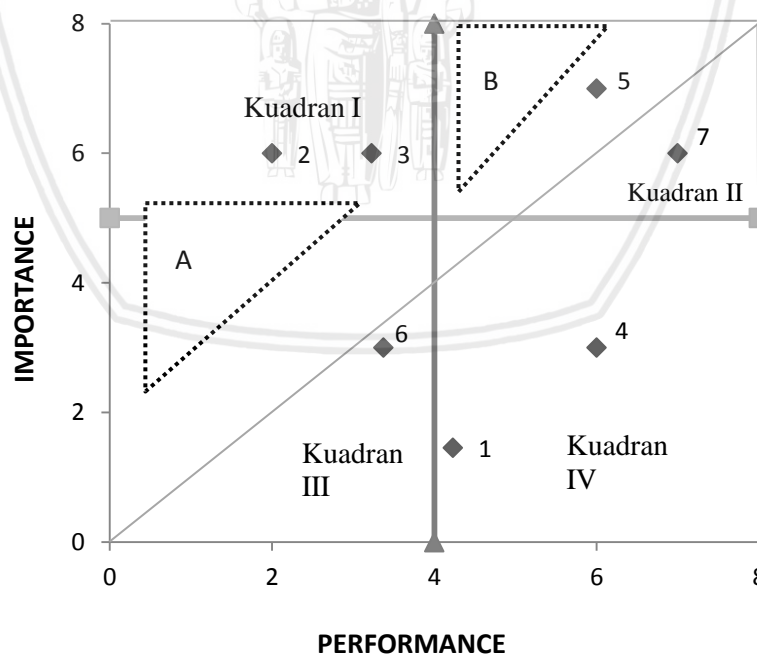
k = Jumlah atribut yang dapat mempengaruhi kualitas produk

4. Rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut dijabarkan dengan diagram kartesius IPA Data Centred Quadrant Model (Ormanović *et al.*, 2017). Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut ditunjukkan dengan sumbu horizontal, sedangkan rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut ditunjukkan dengan sumbu vertikal.



Gambar 3. Diagram IPA *Data Centred Quadrant Model (DCQM)*
Sumber: Rial *et. al* 2008 (diolah)

5. Diagram Kartesius IPA yang tersaji pada Gambar 3 memiliki kelemahan karena adanya konsep ketidaksesuaian dari kinerja dan kepentingan yang berakibat pada prioritas perbaikan kinerja atribut (Rial *et al.*, 2018). Oleh karena itu diagram IPA DCQM mengalami modifikasi dengan menambahkan garis diagonal dengan kemiringan 45° yang disebut dengan diagram IPA Diagonal Model (Ormanović *et al.*, 2017). Atribut yang berada di atas garis diagonal berada pada kuadran I memiliki tingkat kinerja lebih rendah daripada tingkat kepentingannya sehingga menjadi prioritas utama dalam perbaikan kinerja perusahaan. Kuadran II yakni tingkat kinerja dan keinginan memiliki tingkat tinggi dan sesuai sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerja variabel. Kuadran III yakni memiliki tingkat kinerja dan keinginan berada pada tingkat rendah, sehingga perusahaan masih belum melakukan perbaikan. Kuadran IV memiliki tingkat kinerja tinggi tetapi tingkat keinginan dari variabel rendah, sehingga dianggap kurang penting namun memuaskan bagi konsumen. Modifikasi diagram kartesius IPA tersaji pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Diagram IPA *Diagonal Model* (DM)

Sumber: Rial *et. al* 2008 (diolah)

Keterangan :

1. Kuadran I (Prioritas Utama) : Kinerja suatu atribut lebih rendah daripada keinginan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar optimal.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) : Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu atribut berada pada tingkat tinggi dan sesuai, sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerja variabel tersebut.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah) : Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu atribut berada pada tingkat rendah, sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.
4. Kuadran IV (Berlebihan) : Kinerja produk berada pada tingkat tinggi tetapi keinginan konsumen dari faktor/variabel tersebut rendah, sehingga dianggap kurang penting namun sangat memuaskan bagi konsumen (Supranto, 2012).

4.5.3. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk menjawab tujuan kedua yakni, mengidentifikasi tingkat kepuasan petani terhadap produk benih jagung pakan hibrida secara menyeluruh berdasarkan tingkat kepentingan dari atribut-atributnya. Menurut Stratford (2008), terdapat empat tahapan dalam pengukuran tingkat kepuasan petani menggunakan metode CSI tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Important Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*. Nilai ini diperoleh berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata kinerja atribut dari setiap responden. Nilai MIS dan MSS dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$MIS = \left[\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \right] \text{ dan } MSS = \left[\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \right] \dots \dots \dots (4.3.a)$$

Keterangan :

n = Jumlah petani

i = Atribut ke-i

Y_i = Nilai kepentingan atribut benih jagung pakan ke i

X_i = Nilai kinerja atribut benih jagung pakan ke i

2. Menghitung *Weight Factors* (WF). WF merupakan bobot persentase nilai *Mean Important Score* (MIS) setiap atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumus untuk menghitung nilai WF ialah sebagai berikut:

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots (4.3.b)$$

3. Menghitung *Weight Score* (WS). WS merupakan hasil perkalian antara *Weight Factors* (WF) dan *Means Satisfaction Score* (MSS). Nilai WS menunjukkan rata-rata tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Perhitungan WS dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$WS_i = WF_i \times MSS_i \dots\dots\dots (4.3.c)$$

4. Menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI didapat dari membagi nilai *Weight Score* (WS) dengan *Highest Scale* (HS). Nilai CSI dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$CSI = \frac{WS_i}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (4.3.d)$$

Keterangan :

HS = Skala maksimum yang digunakan lima

Tingkat kepuasan petani secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan. Nilai perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan rentang 100 persen akan mampu mengindikasikan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut yang diukur. Kisaran untuk rentang kepuasan konsumen adalah antara 0-100 persen. Skala yang digunakan dalam penentuan kepuasan konsumen adalah skala *linear numeric*. Langkah pertama yang dilakukan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah dengan mencari rentang skala (RS) menggunakan rumus Kriteria kepuasannya (Stratford, 2008) yaitu sebagai berikut:

$$CSI = \frac{m-n}{b} \dots\dots\dots (4.3.e)$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas (dalam penelitian ini menggunakan skala maksimal lima)

Rentang skala untuk penelitian ini dengan menggunakan rumus di atas adalah :

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{5} = 20\% \dots \dots \dots (4.3.f)$$

Tingkat kepuasan secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan. Adapun kriterianya berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus adalah

Tabel 3. Rentang Skala *Customer Satisfaction Index*

Rangking	Rentang Skala CSI	Keterangan
1.	0,00 – 0,20	Sangat tidak puas
2.	0,21 – 0,40	Tidak puas
3.	0,41 – 0,60	Cukup puas
4.	0,61 – 0,80	Puas
5.	0,81 – 1,00	Sangat puas

Sumber: Stratford, 2008 (diolah)

4.5.4. Analisis Piramda Loyalitas

1. Loyalitas Per konsumen

Pengukuran loyalitas dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada petani yang berkaitan dengan ciri tingkatan loyalitas berdasarkan teori. Setiap pertanyaan ada lima pilihan jawaban yang memiliki skor satu sampai lima (skala likert). Pengukuran loyalitas per konsumen hanya dihitung jawaban konsumen dengan skor 4 dan 5. Nilai loyalitas per konsumen dapat dihitung dengan cara :

$$LK = \frac{\sum f_i \times x_i}{n} \dots \dots \dots (4.4.a)$$

Keterangan :

LK = Loyalitas konsumen

f_i = Frekuensi jawaban konsumen yang menjawab dengan skor 4 dan 5

x_i = Nilai skala yaitu 4 dan 5

n = Total tingkatan loyalitas

Rentang kepuasan berkisar dari 1-5 dimana tingkat loyalitas tertinggi dicapai bila LK menunjukkan nilai 5. Rentang skala pada penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

Hasil dari rata-rata tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala dengan mempertimbangkan informasi interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8 \dots \dots \dots (4.4.b)$$

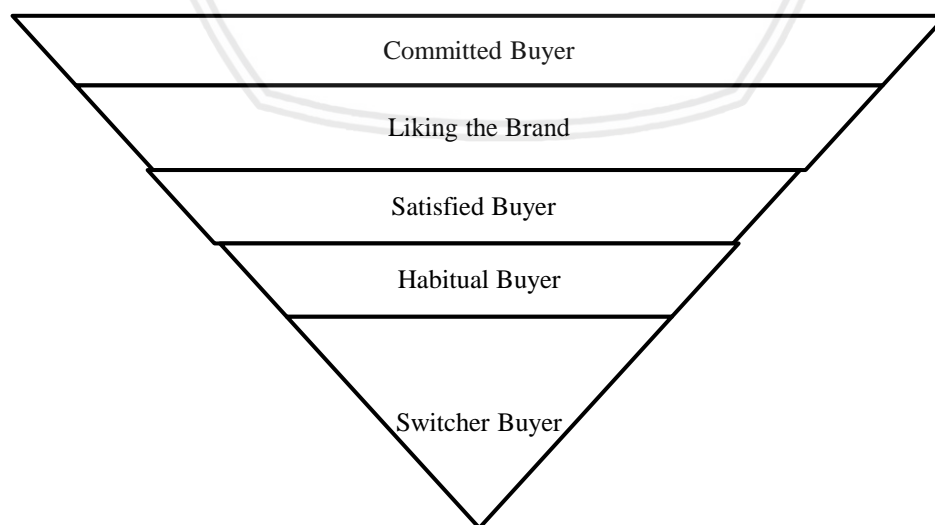
Tabel 4. Rentang Skala Loyalitas

Rangking	Rentang Skala Loyalitas	Keterangan
1.	1,00- 1,80	Sangat tidak loyal
2.	1,81 – 2,60	Tidak loyal
3.	2,61 – 3,40	Cukup loyal
4.	3,41 – 4,20	Loyal
5.	4,21 – 5,00	Sangat loyal

Sumber: Durianto, 2013 (diolah)

2. Loyalitas seluruh konsumen

Pada uji ini petani sebagai konsumen benih jagung pakan hibrida diukur melalui primada loyalitas. Berdasarkan lima tingkatan berbeda-beda dalam loyalitas konsumen mulai dari yang terendah yaitu *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer* (Aaker, 1997), Piramida loyalitas menunjukkan tingkat loyalitas konsumen terhadap produk yang diberikan perusahaan. Dari piramida loyalitas tersebut terlihat bahwa porsi terbesar konsumen berada pada tingkatan *committed buyer* dan porsi terkecil ditempati oleh *switcher buyer*. Kondisi loyalitas yang diinginkan perusahaan adalah kondisi dimana loyalitas konsumen menggambarkan bentuk segitiga terbalik pada gambar piramida loyalitas seperti yang tersaji pada Gambar 5.



Gambar 5. Piramida Loyalitas
Sumber : Durianto, 2013 (diolah)

1. *Switcher buyer*

Switcher buyer adalah tingkat loyalitas yang paling dasar. Semakin sering pembelian konsumen berpindah dari suatu merek ke merek yang lain mengindikasikan bahwa mereka tidak loyal, semua merek dianggap memadai. Dalam hal ini merek memegang peranan yang kecil dalam keputusan pembelian. Ciri paling jelas dalam kategori ini adalah mereka membeli suatu merek karena banyak konsumen lain membeli merek tersebut karena harganya murah.

2. *Habitual buyer*

Habitual buyer adalah pembeli yang tidak mengalami ketidakpuasan dalam mengonsumsi suatu produk. Tidak ada alasan yang kuat baginya untuk membeli produk lain atau berpindah merek, terutama jika peralihan itu membutuhkan usaha, biaya, atau pengorbanan lain. Jadi, ia membeli suatu merek karena alasan kebiasaan.

3. *Satisfied buyer*

Satisfied buyer adalah kategori pembeli yang puas dengan merek yang mereka konsumsi. Namun, mereka dapat saja berpindah merek dengan menanggung switching cost (biaya peralihan) seperti waktu, biaya, atau risiko yang timbul akibat tindakan peralihan merek tersebut. Untuk menarik peminat pembeli kategori ini, pesaing perlu mengatasi biaya peralihan yang harus ditanggung pembeli dengan menawarkan berbagai manfaat sebagai kompensasi.

4. *Liking the Brand*

Liking the brand adalah kategori pembeli yang sungguh-sungguh menyukai merek tersebut. Rasa suka didasari oleh asosiasi yang berkaitan dengan simbol, rangkaian pengalaman menggunakan merek itu sebelumnya atau persepsi kualitas yang tinggi.

5. *Committed buyer*

Committed buyer adalah kategori pembeli yang setia. Mereka mempunyai kebanggaan dalam menggunakan suatu merek. Merek tersebut bahkan menjadi sangat penting baik dari segi fungsi maupun sebagai ekspresi siapa sebenarnya penggunanya. Ciri yang tampak pada kategori ini adalah tindakan pembeli untuk

merekomendasikan atau mempromosikan merek yang dia gunakan kepada orang lain.

Konsumen yang memberikan jawaban dengan skor empat dan lima pada setiap tingkatan akan dihitung sebagai kelompok tingkatan tersebut. Menurut Durianto (2013), piramida loyalitas dapat ditentukan melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Menghitung rata-rata skor jawaban konsumen setiap tingkatan loyalitas.

$$RS = \frac{\sum_{i=1}^n Si}{n} \dots\dots\dots (4.4.c)$$

Keterangan :

RS = Rata-rata skor pada tingkatan loyalitas

n = Jumlah pertanyaan

i = Pertanyaan ke-i

Si = Skor pada pertanyaan ke-i

2. Menghitung jumlah konsumen yang memberikan jawaban dengan skor empat sampai lima pada setiap tingkatan.
3. Menghitung persentase jumlah konsumen pada setiap tingkatan loyalitas.

$$PK = \frac{JKT}{JK} \times 100\% \dots\dots\dots (4.4.d)$$

Keterangan :

PK = Persentase konsumen

JKT = Jumlah konsumen pada tingkatan loyalitas

JK = Jumlah konsumen

4. Menghitung persentase jumlah konsumen setiap tingkatan loyalitas pada piramida loyalitas. Apabila jumlah persentase konsumen semua tingkatan lebih dari 100%, maka harus dihitung kembali agar jumlah persentasenya 100% pada piramida loyalitas dengan cara :

$$PKL = \frac{PK}{TPK} \times 100\% \dots\dots\dots (4.4.e)$$

Keterangan :

PKL = Persentase konsumen pada piramida loyalitas

PK = Persentase konsumen

TPK = Total persentase konsumen

4.5.5. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas

Analisis korelasi *rank spearman* digunakan untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut dengan tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan hibrida. Analisis data ini digunakan karena hasil pengukuran loyalitas merupakan data ordinal. Data diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 16.0 *for Windows*. Perhitungan koefisien korelasi *Rank Spearman* menurut Sarjono dan Julianita (2011). Langkah-langkah perhitungannya sebagai berikut :

1. Buka aplikasi SPSS versi 16.
2. *Copy* data di excel yang akan dilakukan korelasi *Rank Spearman* kemudian *paste* di “*Data View*” pada SPSS. Klik “*Variable View*” dan ketik nama variabel pada kolom “*Name*”.
3. Klik *toolbar* “*Analyze – Correlate – Bivariate*”.
4. Muncul kotak dialog “*Bivariate Correlations*”. Pindahkan semua variabel kedalam kotak “*Variables*”, lalu pada “*Correlation Coefficients*” centang “*Spearman*”, pada “*Test of Significance*” pilih “*two-tailed*” dan centang “*Flag significant correlations*”. Klik OK. Maka akan muncul output korelasi *Rank Spearman*.
5. Menginterpretasi hasil dari nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* yang dapat dilihat di “*Correlation Coefficient*”.

Tabel 5. Rentang Skala Korelasi Rank Sperman

Rentang Skala Korelasi Rank Spearman	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Sarjono dan Julianita, 2011 (diolah)

4.6. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini diuji melalui tahapan dengan menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Korelasi *Rank Spearman* (r_s) digunakan untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut dengan tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan. Analisis data ini digunakan karena hasil pengukuran loyalitas

merupakan data ordinal. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 1% atau 0,01. Apabila nilai probabilitas suatu variabel $< 0,01$ maka hipotesis diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel bebas secara parsial memengaruhi variabel terikat. Nilai r_s dapat bertanda positif maupun negatif. Nilai mutlaknya maksimal 1 dan minimal 0. Semakin tinggi nilai r_s maka semakin kuat hubungan kedua variabel. Secara umum, nilai r_s diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Bila nilai $|r_s|=0$, maka hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut tidak berkorelasi terhadap tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan.
2. Bila nilai $|r_s|=1$, maka hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut berkorelasi terhadap tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan.
3. Nilai signifikansi
Ho : Apabila nilai signifikansi kurang dari 0.01 maka tolak H0 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut dengan tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan.
Ha : Apabila nilai signifikansi lebih dari 0.01 maka terima H0 sehingga tidak terdapat hubungan antara tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut dengan tingkat loyalitas petani sebagai konsumen benih jagung pakan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Purwodadi merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Secara administrasi Desa Purwodadi terbagi ke dalam 6 dusun. Keempat dusun tersebut ialah Dusun Purworejo Kidul, Dusun Purworejo Wetan, Dusun Sidorejo, Dusun Tambakrejo dan Dusun Sumberblimbing. Desa Purwodadi memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.831 orang, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2.465 dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 2.366 orang. Terdapat sebanyak 1.514 rumah tangga yang terbagi ke dalam 10 Rukun Warga dan 41 Rukun Tetangga (BPS Kabupaten Malang, 2018). Kondisi pemukiman warga di Desa Purwodadi dapat dilihat pada Lampiran 16: Gambar 11. Luas wilayah Desa Purwodadi ialah 17,09 km², sekitar 8,87% dari luas keseluruhan Kecamatan Donomulyo. Ketinggian rata-rata wilayah Desa Purwodadi adalah 540 mdpl, yang membuat wilayah Desa Purwodadi masuk ke dalam kategori dataran rendah (Nuryanto, Priyatmojo, & Hadisutrisno, 2014). Desa Purwodadi berbatasan dengan beberapa wilayah diantaranya sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Sumberoto
Sebelah Timur : Desa Mentraman
Sebelah Selatan : Samudra Indonesia
Sebelah Barat : Desa Purworejo dan Desa Donomulyo

Peta Desa Purwodadi dan Kecamatan Donomulyo dapat dilihat pada Lampiran 16: Gambar 8 dan 9. Lahan terdaftar yang terdapat di Kecamatan Donomulyo terdiri dari 2 jenis lahan, yakni, sawah dengan luas 3.173,40 ha, dan tegal dengan luas 16.279,00 ha (BPS Kabupaten Malang, 2018). Pemanfaatan lahan Desa Purwodadi untuk melakukan kegiatan pertanian didukung oleh kondisi iklim dan geografisnya. Kondisi iklim tropis basah dan curah hujan yang cukup pada tingkat menengah sebesar 1.900 mm/tahun (BPS Kabupaten Donomulyo, 2016) menjadi faktor yang mendukung kegiatan pertanian di Desa Purwodadi. Kondisi lahan di Desa Purwodadi dapat dilihat pada Lampiran 16: Gambar 10. Desa Purwodadi termasuk ke dalam SubDAS Ngrowo Ngasinan yang dapat menjamin ketersediaan air untuk usahatani di Desa ini.

5.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang didefinisikan dalam penelitian ini adalah karakteristik petanu jagung pakan di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Responden petani dalam peneltian ini sebanyak 35 petani. Karakteristik responden yang diidentifikasi meliputi karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, luas lahan, status kepemilikan lahan serta pengalaman dalam usahatani. Data keseluruhan karakteristik petani responden jagung pakan dapat dilihat penjelasan berikut.

5.2.1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamn untuk mengetahui pembelian dan penggunaan produk benih jagung pakan didasarkan pada jenis kelamin. Berikut hasil yang diperoleh dari kuisisioner respoden petani berdasarkan jenis kelamin di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang dapat dilihat pada Tabel 6. sebagian besar petani sebagai responden dalam penelitian ini ialah laki-laki. Presentase laki-laki mencapai 85,71% yang jauh berbeda diatas jumlah responden perempuan yang memiliki presentasen 14,29%. Hal ini dikarenakan profesi petani dalam pengambilan keputusan untuk usahatani, termasuk pemilihan benih yang akan digunakan, dilakukan oleh kepala keluarga (laki-laki). Perempuan hanya berperan dalam mendampingi dan membantu petan laki-laki dilahan.

Sebagian besar perempuan di Desa Purwodadi berperan sebagai ibu rumah tangga yang lebih banyak mengatur kegiatan domestik rumah tangga. Dengan demikian sebagian responden yang ialah laki-laki dapat memberikan penjelasan yang lebih baik, terutama dalam pemilihan benih dalam usahatani jagung pakan. Hal ini dikarenakan pengambilan data dilakukan langsung kepada pihak yang mengambil keputusan dalam pemilihan benih yang digunakan dalam usahatani jagung pakan.

Tabel 6. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	30	85,71
Perempuan	5	14,29
Total	35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

5.2.2. Usia

Perbedaan usia setiap petani dapat menggambarkan kualitas sumberdaya manusia, mempengaruhi jenis kebutuhan serta pola pikir dalam melakukan penyerapan informasi dan pengadopsian teknologi. Distribusi petani sebagai responden berdasarkan usianya dapat dilihat pada Tabel 7. Kelompok usia petani sebagai responden yang memiliki jumlah anggota terbanyak ialah pada rentang usia 51-60 tahun. Sedangkan kelompok yang memiliki jumlah anggota paling sedikit ialah pada rentang usia lanjut dengan umur 71-80 tahun. Sebagian besar petani yang menjadi anggota responden ini cenderung berada pada usia produktif, yakni pada kelompok pada rentang usia 41-50 tahun dan 51-60 tahun, yang mewakili 68,57% dari keseluruhan responden. Hal ini didapati sesuai dengan pendapat Suratiyah (2006) yang menyatakan bahwa dalam kaitannya dengan tanggungjawab, cenderung pada usia produktif semakin banyak pengalaman dalam berusaha sehingga dapat meningkatkan prestasi untuk kerjanya.

Kelompok usia produktif merupakan kelompok usia yang cenderung fleksibel dalam pengadopsian teknologi terbaru, sehingga responden akan lebih mudah untuk menerima maupun mempelajari produk-produk benih jagung pakan baru. Pada kelompok demografi seperti ini, responden yang menawarkan produk dengan kualitas paling baik akan memiliki kesempatan lebih besar untuk menguasai pasar karena halangan petani sebagai konsumen untuk melakukan perpindahan produk mengalami kelemahan.

Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan Kelompok Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
31-40 tahun	6	17,14
41-50 tahun	10	28,57
51-60 tahun	14	40,00
61-70 tahun	3	8,57
71-80 tahun	2	5,71
Total	35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

5.2.3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan petani yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh petani, akan mempengaruhi kemampuan petani dalam pemilihan produk benih jagung pakan yang akan digunakan. Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui petani jagung pakan yang digunakan sebagai responden

mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda-beda, mulai dari SD, SMP dan SMA. Sebagian besar petani jagung pakan yang menjadi responden mempunyai tingkat pendidikan sekolah dasar dengan jumlah 18 orang atau presentase sebesar 51,43%. Petani jagung pakan sebagai responden dengan tingkat pendidikan terakhir sekolah menengah pertama juga ditemui dengan jumlah 5 orang atau presentase sebesar 14,29% dan terakhir adalah tingkat pendidikan sekolah menengah atas sebanyak 12 orang atau presentase sebesar 34,29%.

Besarnya *gap* antara jumlah petani yang mengenyam pendidikan dasar dengan jumlah petani yang mengenyam pendidikan menengah pertama maupunatas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani sebagai responden masih tergolong rendah untuk pentingnya pendidikan yang harus diterima. Tingkat pendidikan yang rendah akan berpengaruh pada pemahaman petani dalam pemanfaatan ilmu pengetahuan untuk mengembangkan usahatani yang dilakukannya. Hal ini dapat menjadi penghalang bagi produsen benih jagung pakan untuk memenangkan pasar hanya dengan meningkatkan kualitas produk benihnya. Walaupun sebagian besar petani responden berada pada usia produktif, namun faktor rendahnya tingkat pendidikan dapat menjadi penghalang bagi petani responden untuk memilih benih secara bebas.

Petani sebagai responden dengan tingkat pendidikan yang rendah akan cenderung mudah percaya dan mengikuti *trend* penggunaan benih di lingkungannya. Petani dengan tingkat pendidikan rendah juga dapat memanfaatkan benih secara tidak optimal, sehingga hasil produksi usahatani yang didapatkan boleh jadi lebih rendah dari spesifikasi yang ditawarkan produsen dan mempengaruhi perilaku petani dalam preferensi benih jagung pakan. Perilaku yang terpengaruhi salah satunya ialah persepsi petani terhadap produk benih jagung pakan yang ia gunakan dan loyalitasnya terhadap benih jagung pakan terkait

Tabel 8. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sekolah Dasar	18	51,43
Sekolah Menengah Pertama	5	14,29
Sekolah Menengah Atas	12	34,29
Total	35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

5.2.4. Luas Lahan dan Status Kepemilikan Lahan

Luas dan status kepemilikan lahan merupakan kajian yang perlu dibahas dalam topik perilaku petani sebagai konsumen barang produksi (production goods). Karakteristik dari faktor produksi yang dimiliki oleh petani responden, dapat menjadi pertimbangan bagi responden untuk melakukan pengambilan keputusan terkait pemilihan input produksi. Penyebaran dari luas lahan yang dimiliki petani serta status kepemilikannya dapat dilihat pada Tabel 9. Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar petani merupakan petani gurem yang memiliki lahan sangat sempit, yakni kurang dari 0,25 ha, dimana jumlah dari petani gurem tersebut mencapai 62,86% dari keseluruhan petani responden. Hal ini didukung dengan data dari sensus pertanian, dimana mayoritas petani Indonesia merupakan petani gurem yang mencapai 55,33 % dari keseluruhan rumah tangga pengguna lahan (Badan Pusat Statistik, 2013). Sedangkan status kepemilikan lahan dari petani responden ialah milik sendiri, dengan persentase sebesar 100%.

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Luas dan Status Kepemilikan Lahan.

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
0,25-0,50	17	48,57
0,51-1,00	11	31,43
1,01-1,50	2	5,71
1,51-2,00	4	11,43
2,01-2,50	1	2,86
Total	35	100,00
Status Kepemilikan Lahan		
Milik Sendiri	35	100,00
Sewa	0	0,00
Bagi Hasil	0	0,00
Total	35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Status kepemilikan lahan secara keseluruhan milik sendiri, karena lahan yang dimiliki petani jagung pakan yakni secara turun temurun dari keluarganya. Pekerjaan utama sebagai petani untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga belum ada status kepemilikan lahan untuk disewakan dan bagi hasil. Petani dengan aset kecil (luas lahan sempit) akan cenderung lebih berhati-hati dalam memilih benih jagung pakan yang akan digunakannya, berbeda dengan petani yang memiliki aset besar (luas lahan besar dan status kepemilikan milik sendiri). Kewaspadaan dalam

memilih benih yang akan digunakan dalam usahatani dilakukan untuk menghindari resiko kerugian dari hasil produksi yang buruk. Kewaspadaan tersebut akan berpengaruh kepada kurang fleksibelnya preferensi produk benih jagung pakan hibrida oleh petani dengan aset kecil, yang menunjang tingginya loyalitas pada produk yang telah ia gunakan.

5.2.5. Pengalaman Usahatani

Pengalaman usahatani turut berperan dalam mempengaruhi pertimbangan petani dalam pengambilan keputusan. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh petani dengan pengalaman usahatani jagung yang relatif lama, yakni berkisar pada 29-37 tahun atau presentase sebesar 40,00% dari keseluruhan responden, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 10. Pengalaman usahatani jagung pakan yang relatif lama dapat berpengaruh pada lambatnya adopsi teknologi dan pengetahuan baru. Petani yang sulit dalam mengadopsi teknologi dan pengetahuan baru juga akan lebih sulit untuk menjadi target produsen baru. Hal ini karena petani akan cenderung bergantung pada pengalaman dalam pemilihan benih. Petani juga akan cenderung loyal kepada produk yang telah memberikan hasil yang baik sepanjang pengalaman usahatannya, dengan mengabaikan produk-produk baru yang mungkin dapat memberikan hasil yang lebih baik dari produk yang telah ia gunakan. Sehingga hal ini menyebabkan produk lama memiliki kesempatan untuk bertahan dan menguasai pasar lebih lama.

Tabel 10. Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usahatani

Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
2-10	4	11,43
11-19	3	8,57
20-28	8	22,86
29-37	14	40,00
38-46	6	17,14
Total	35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

5.3. Uji Atribut Cochran Q

Uji Cochran Q pada penelitian dinyatakan dengan 1 sebagai “ya” dan 0 sebagai “tidak”. Uji atribut Cochran Q bertujuan untuk menyeleksi atribut apa saja yang valid dipertimbangkan petani dalam memilih produk benih jagung. Uji atribut dilakukan sebelum kuisisioner utama disebarkan kepada petani responden.

Uji atribut ini dilakukan menggunakan kuisioner pendahuluan kepada 50 petani responden yang berbeda dengan responden utama yang diambil berdasarkan *purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian dilakukan uji *Cochran Q* untuk menentukan nilai Q_{hitung} dan membandingkan dengan nilai Q_{tabel} hingga mendapatkan kondisi terima H_0 . Hasil uji atribut *Cochran Q* dibandingkan dengan nilai tabel Chi Square menggunakan SPSS versi 16 tersaji pada Tabel 11.

Tabel 11. Rangkuman Hasil Pengujian *Cochran Q*

<i>Iterasi</i>	<i>Degree of Freedom (df)</i>	Nilai <i>Cochran's Q</i> (Q_{hitung})	Nilai <i>Chi Square</i> (Q_{tabel})	Atribut yang Terseleksi
1	24	192,98	36,42	-
2	23	170,29	35,17	Jumlah benih
3	22	147,13	33,92	Sertifikasi benih
4	21	132,48	32,67	Garansi
5	20	116,22	31,41	Asal produksi benih
6	19	99,03	30,14	Tampilan kemasan
7	18	84,97	28,87	Tebal klobot
8	17	70,84	27,59	Informasi benih
9	16	57,44	26,30	Ketahanan kemasan
10	15	45,28	25,00	Keseragaman ukuran benih
11	14	39,45	23,68	Tanggal kadaluarsa
12	13	36,19	22,36	Merek
13	12	31,63	21,03	Warna biji
14	11	27,72	19,68	Daya simpan
15	10	24,48	18,31	Ketersediaan benih
16	9	21,05	16,92	Jumlah tongkol
17	8	18,00	15,51	Bentuk tanaman
18	7	15,15	14,07	Kemudahan pemipilan
19	6	11,75*	12,59	Panjang tongkol

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Syarat uji *Cochran Q* adalah $Q_{hitung} < Q_{tabel}$. Q_{tabel} dapat dilihat dari *df* (*degree of freedom*) dan taraf kesalahan yang digunakan $\alpha = 5\%$. Taraf kesalahan menunjukkan hasil analisis memiliki tingkat kepercayaan 95%. Hasil *df* adalah 7 atribut dikurangi 1 menjadi 6 dengan taraf kesalahan 5% maka diperoleh Q_{tabel} sebesar 12,59. Hasil pada Tabel 11, menunjukkan hasil Q_{hitung} *Cochran's Q* sebesar 11,75. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $Q_{hitung} < Q_{tabel}$ atau $11,75 < 12,59$ artinya data tersebut valid karena terima H_0 dan tolak H_a serta atributnya memiliki jawaban “ya” yang sama. Uji atribut *Cochran Q* dilakukan hingga pengulangan ke 19 dengan kondisi terima H_0 yang nilai Q_{hitung} lebih kecil dibandingkan nilai Q_{tabel} .

Dari 25 atribut pada produk benih jagung, didapatkan 7 atribut yang valid dipertimbangkan oleh petani dalam pemilihan produk benih jagung. Atribut yang valid tersebut antara lain harga benih, produktivitas, umur panen, daya tumbuh, ujung tongkol penuh, tahan terhadap hama dan penyakit, dan tahan roboh. Atribut tersebut akan melalui proses analisis dan pembahasan.

5.4. Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Benih Jagung Pakan

Analisis tingkat kesesuaian kinerja atribut merupakan metode untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Sari, Astuti, & Iksari, 2014). Analisis ini dapat menunjukkan peringkat prioritas berdasarkan nilai dari tingkat kinerja dan kepentingan dari atribut yang melekat pada produk terkait. Semakin tinggi tingkat kesesuaian, menunjukkan kualitas produk yang semakin sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan terhadap produk merupakan informasi yang didapatkan melalui analisis tingkat kepentingan dan kinerja oleh konsumen. Kepuasan konsumen didapatkan apabila suatu produk sesuai dengan harapan konsumen (Kotler, 2005). Perhitungan pada analisis ini menggunakan data yang disajikan pada Lampiran 6 dan 7. Hasil perhitungan dari analisis dapat dilihat pada Tabel 12 berikut.

Tabel 12. Tingkat Kesesuaian Kinerja Atribut Benih Jagung Pakan

Atribut	Tingkat Kinerja (X_i)	Tingkat Kepentingan (Y_i)	Tingkat Kesesuaian (TK_i)(%)	Rata-rata Tingkat Kinerja (\bar{X})	Rata-rata Tingkat Kepentingan (\bar{Y})
Harga benih	153	62	246,77%	4,37	1,77
Produktivitas	70	161	43,48%	2,00	4,60
Umur panen	108	162	67,50%	3,09	4,57
Daya tumbuh	166	163	101,84%	4,74	4,66
Ujung tongkol penuh	175	163	107,36%	5,00	4,66
Tahan hama dan penyakit	118	159	74,21%	3,37	4,54
Tahan roboh	169	162	104,32%	4,83	4,63
		Rata-rata	106,50%	3,91	4,20

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian tingkat kinerja atribut terhadap tingkat kepentingan atribut, nilai tingkat kesesuaian berada di antara 43,48 % hingga 246,77%. Sebagian besar atribut memiliki nilai tingkat kesesuaian lebih dari 100%, terdapat tiga atribut yang memiliki nilai tingkat kesesuaian

kurang dari 100%. Hal ini dapat menjadi indikator apakah produk benih jagung pakan secara keseluruhan telah atau belum memenuhi harapan dari petani.

Nilai tingkat kesesuaian terendah terdapat pada atribut produktivitas dengan nilai 43,48%. Nilai yang rendah ini disebabkan oleh tingginya harapan petani terhadap kinerja atribut terkait yang tidak diimbangi dengan tingkat kinerja yang tinggi. Harapan petani tersebut ditunjukkan oleh nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut terkait yang mencapai nilai 4,60 dari nilai maksimum sebesar 5. Hampir seluruh petani responden menganggap bahwa atribut produktivitas sangat penting karena akan berpengaruh pada pendapatan petani saat panen. Sedangkan nilai tingkat kinerja dari atribut tersebut didapati hanya sebesar 2,00, dengan selisih sebesar 2,60 dari nilai kepentingannya. Rendahnya nilai tingkat kinerja didapatkan dari rendahnya kuantitas hasil produksi tanaman jagung pakan yang dibudidayakan sebagian besar petani.

Nilai tingkat kesesuaian atribut yang tertinggi terdapat pada atribut harga benih jagung pakan, dengan nilai 246,77%. Nilai tersebut muncul karena selisih yang besar antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja dari atribut terkait. Atribut harga benih jagung pakan cenderung tidak dianggap penting oleh petani, karena atribut tersebut tidak berpengaruh pada kualitas benih. Namun atribut harga benih jagung pakan memiliki tingkat kinerja yang mencapai nilai maksimum, yakni 300. Harga benih jagung pakan yang digunakan oleh seluruh petani responden ialah Rp 65.000,00, harga ini masuk ke dalam skala 5 pada penilaian tingkat kinerja.

Tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan yang memiliki nilai di bawah 100% menunjukkan bahwa kinerja atribut produk belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen (Harimurti, Sadeli, Utami, & Mukti, 2016). Begitu juga sebaliknya, tingkat kesesuaian dengan nilai $\geq 100\%$ menunjukkan kinerja atribut telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum produk benih jagung pakan hibrida telah melebihi harapan konsumen, dengan rata-rata nilai tingkat kesesuaian sebesar 106,50%.

5.4.1. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA)

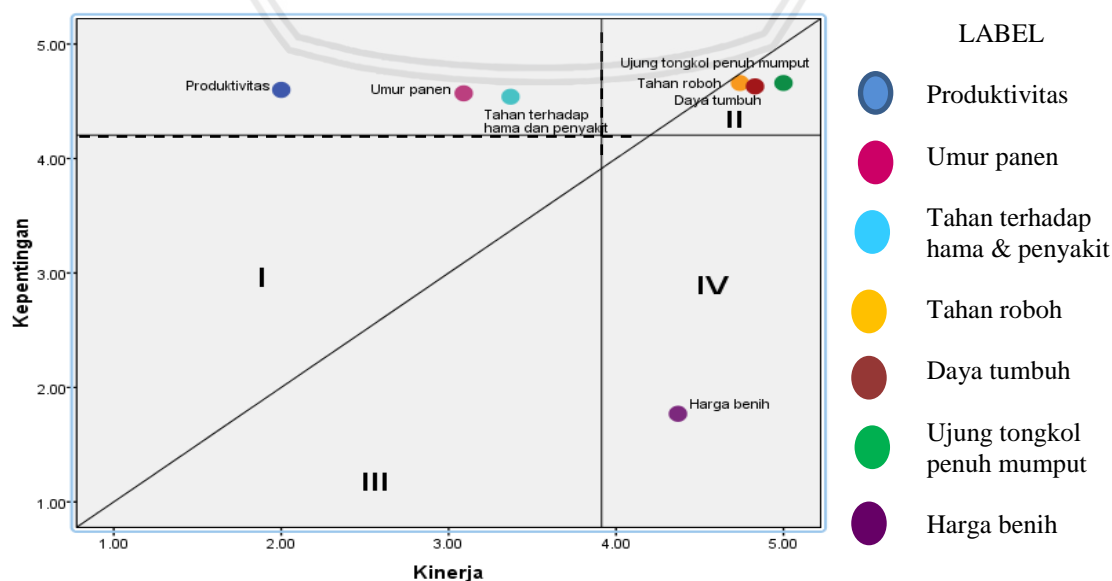
Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan meninjau kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk melalui diagram kartesius. Diagram kartesius IPA menunjukkan letak setiap atribut pada kuadrannya masing-masing yang menggambarkan keadaan serta langkah perbaikan yang dapat dilakukan terkait posisi atribut tersebut. Perhitungan telah dilakukan kepada seluruh atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan penggunaan benih jagung pakan hibrida (seperti yang disajikan pada Lampiran 6). Perhitungan dilakukan untuk mengetahui nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja sebagai nilai titik koordinat setiap atribut tersebut di dalam diagram kartesius IPA. Hasil perhitungan tersebut telah tersaji pada Tabel 13, sedangkan posisi setiap atribut di dalam diagram kartesius IPA dapat dilihat pada Gambar 6 berikut.

Tabel 13. Distribusi Atribut Produk Benih Jagung Pakan per Kuadran

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
Produktivitas Umur panen	Daya tumbuh Ujung tongkol penuh mumpuk Tahan roboh	-	Harga benih
Tahan terhadap hama dan penyakit			

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

DIAGRAM KARTESIUS IPA



Gambar 6. Diagram Kartesius IPA Benih Jagung Pakan
Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Gambar 6. Diagram Kartesius IPA Benih Jagung pakan Berdasarkan Tabel 13 dan Gambar 6, dapat diketahui posisi seluruh atribut produk benih jagung pakan yang tersebar ke dalam empat kuadran berbeda, dimulai dari Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III dan Kuadran IV. Di dalam Kuadran I terdapat satu atribut, sedangkan di dalam kuadran lainnya masing-masing terdapat tiga atribut produk benih jagung pakan hibrida. Penjelasan dari posisi atribut dalam masing-masing kuadran dapat memungkinkan produsen untuk melakukan langkah perbaikan kepada atribut produknya. Posisi tersebut dapat dijelaskan melalui interpretasi berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan posisi atribut yang dirasa sangat penting bagi responden, namun belum memenuhi harapan dari konsumen karena memiliki tingkat kinerja yang cukup rendah (Tzeng & Chang, 2011). Produsen direkomendasikan untuk berkonsentrasi melakukan perbaikan pada atribut yang II III VI berada di dalam kuadran ini. Produk jagung pakan dalam penelitian ini memiliki atribut yang berada pada kuadran ini, yakni:

a. Atribut produktivitas

Atribut produktivitas dari produk jagung pakan hibrida merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tertinggi dibandingkan dengan 10 atribut lainnya, namun atribut ini juga memiliki tingkat kinerja yang paling rendah dari seluruh atribut produk yang dipertimbangkan petani. Hal ini menciptakan gap yang sangat besar di antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut terkait. Selisih nilai yang besar menunjukkan kinerja atribut kuantitas hasil produksi masih jauh berada di bawah harapan petani.

Atribut produktivitas dianggap sangat penting bagi sebagian besar petani dikarenakan atribut ini merupakan atribut utama yang menentukan penerimaan dan pendapatan petani, selain faktor harga. Berdasarkan rumus perhitungan jumlah penerimaan usahatani ($TR = \text{Harga} \times \text{Produksi}$), peningkatan pada kuantitas produksi juga akan meningkatkan penerimaan petani. Skor dari kuantitas hasil produksi yang diukur berdasarkan tingkat produktivitas tanaman jagung pakan juga dapat berpengaruh pada pendapatan petani. Hal ini dikarenakan tingkat produktivitas yang semakin tinggi cenderung diikuti oleh tingkat pendapatan yang

semakin tinggi (Tanjung, Salmiah, & Fauzia, 2016). Dengan asumsi jumlah input yang sama, tanaman jagung pakan dengan produktivitas tinggi akan memberikan kuantitas hasil produksi yang lebih tinggi. Alasan-alasan tersebut menjadi dasar dari tingginya tingkat kepentingan atribut kuantitas hasil produksi bagi petani jagung pakan di Desa Purwodadi. Sedangkan rendahnya tingkat kinerja atribut kuantitas hasil produksi ditunjukkan oleh tingkat produktivitas sebagian besar usahatani petani yang cenderung rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan tingkat produktivitas yang dijanjikan oleh produsen produk benih jagung pakan hibrida

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat produktivitas dari usahatani, baik berupa faktor teknis seperti pola tanam, kondisi fisik lahan, dan penggunaan input, serta faktor sosial ekonomi seperti karakteristik tenaga kerja dan kepemilikan lahan (Pender, Nkonya, Jagger, Sserunkuuma, & Ssali, 2003). Berdasarkan kondisi lapang, petani dengan tingkat produktivitas usahatani rendah cenderung memiliki karakteristik, seperti umur, pengalaman, tingkat pendidikan, dan kepemilikan lahan yang beragam. Karakteristik yang beragam menjadikan kondisi produktivitas yang rendah tersebut sulit dijelaskan. Sehingga dapat diduga kondisi tersebut cenderung disebabkan oleh faktor di luar teknis dan sosial ekonomi seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Faktor tersebut ialah partisipasi petani dalam kegiatan pelatihan. Berdasarkan observasi, seluruh petani cenderung jarang hingga tidak pernah mendapatkan pengetahuan budidaya melalui kegiatan pelatihan, terutama terkait usahatani jagung pakan. Peningkatan pengetahuan melalui kegiatan pelatihan, pendidikan dan pengalaman terbukti berkorelasi positif pada tingkat produktivitas usahatani (Pender, Nkonya, Jagger, Sserunkuuma, & Ssali, 2003; Musemwa, Mushunje, Muchenje, Aghdasi, & Zhou, 2013; Hashmi, Kamran, Bakhsh, & Bashir, 2016), sehingga ketiadaan kegiatan pelatihan teknis dan tingkat pendidikan yang rendah dapat menjelaskan kondisi tingkat produktivitas usahatani jagung pakan yang rendah di Desa Purwodadi. Maka dari itu, produsen disarankan untuk memperbaiki kinerja atribut kuantitas hasil produksi melalui investasi pada kegiatan pelatihan teknis kepada petani jagung pakan, terutama bagi petani skala kecil (Mchunu, 2011).

b. Ketahanan Tanaman terhadap Penyakit

Atribut ketahanan tanaman terhadap penyakit memiliki kondisi yang serupa dengan atribut sebelumnya, yakni ketahanan tanaman terhadap hama. Kedua atribut ini merupakan atribut yang hampir serupa, terutama dari segi tingkat kepentingannya. Beberapa penyakit yang sering menyerang tanaman jagung pakan diantaranya ialah hawar daun, bulai, karat hingga layu dan busuk (Agricultural Information Research Service, 2003; Ekman, 2015). Penyakit-penyakit tersebut cukup jarang ditemukan oleh petani Desa Purwodadi di lahan jagung pakannya. Hal ini membuat petani beranggapan atribut ketahanan tanaman terhadap penyakit tidak cukup penting. Beberapa petani mengemukakan bahwa penyakit seperti bulai pernah ia temui pada tanaman jagung pakannya, namun kejadian ini sangat jarang dan tidak menyebabkan kerugian berarti bagi petani. Hal ini juga sesuai dengan tingkat kinerja dari tanaman jagung pakan yang mencapai nilai rata-rata 4,77.

c. Umur Panen

Umur panen merupakan salah satu atribut dari produk benih jagung pakan hibrida yang berada pada Kuadran I. Atribut umur panen merupakan atribut yang menjelaskan rentang waktu umur tanaman jagung pakan mulai dari penanaman hingga pemanenan. Atribut umur panen dinilai dengan menghitung umur panen tanaman dalam satuan hari. Mayoritas dari petani responden menganggap bahwa atribut umur panen bukanlah hal yang penting. Hal ini dikarenakan walaupun umur panen dari jagung pakan yang ditanam oleh petani responden berbeda-beda, bergantung pada lokasi lahan, hal ini tidak mempengaruhi kualitas dari hasil panen. Sedangkan sebagian petani lain yang menganggap atribut umur panen penting beralasan bahwa umur panen dapat berpengaruh pada penerimaan usahatani dalam satu tahun dengan mempersingkat rentang satu musim tanam, sehingga dalam satu tahun petani dapat menanam lebih banyak tanaman. Tingkat kinerja dari atribut umur panen tergolong sedang, berada pada angka 3,50. Jawaban petani terhadap umur panen jagung pakan yang ditanamnya cenderung beragam berdasarkan lokasi penanamannya. Petani yang memiliki lahan di sekitar Dusun Tambakrejo menjawab umur panen tanamannya berkisar pada angka 101-110 hari. Sedangkan untuk petani yang memiliki lahan di

area lain, terutama sekitar Dusun Purworejo wetan, menjawab umur panen dari tanaman jagung pakannya lebih pendek berkisar antara 90-100 hari. Perbedaan jawaban ini didasarkan pada pengaruh topografi lahan terhadap kualitas produksi dari tanaman (Nurnasari & Djumali, 2010; Nuryanto, Priyatmojo, & Hadisutrisno, 2014), terutama pada umur panen tanaman. Semakin tinggi lokasi penanaman, maka umur panen dari tanaman terkait akan semakin panjang. Dusun Tambakrejo merupakan dusun yang memiliki ketinggian paling tinggi, sedangkan Dusun Purworejo wetan merupakan dusun yang memiliki ketinggian paling rendah. Hal ini akan berpengaruh pada perbedaan umur panen tanaman jagung pakan yang ditanam oleh petani seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Akan tetapi secara umum, kualitas dari produk jagung pakan tidak memiliki perbedaan. Dalam menyikapi kondisi ini, produsen tidak perlu melakukan perbaikan terhadap atribut umur panen. Produsen hanya disarankan untuk mempertahankan kualitas dari benih agar tidak terjadi penurunan tingkat kesesuaian kinerja atribut.

2. Kuadran II (Prioritas Prestasi)

Kuadran II menunjukkan posisi atribut yang dirasa memiliki tingkat harapan yang tinggi, dan pada saat yang sama produsen juga mengimbangi tingkat harapan tersebut dengan tingkat kinerja yang tinggi (Tzeng & Chang, 2011). Produsen disarankan untuk mempertahankan kinerja atribut bagi seluruh atribut yang ada di dalam kuadran ini. Atribut dari benih jagung pakan hibrida yang berada di dalam kuadran ini, yakni:

a. Tahan roboh

Tahan roboh merupakan salah satu atribut yang memiliki tingkat kepentingan sekaligus tingkat kinerja yang tinggi. Atribut bentuk tanaman dinilai berdasarkan tinggi tanaman, batang yang kekar dan jumlah daun. Atribut bentuk tanaman berhubungan dengan kondisi geografis dari lahan petani di Desa Purwodadi. Desa Purwodadi yang terletak di daerah pegunungan menyebabkan peluang untuk kondisi angin kencang cukup tinggi, terutama di waktu musim penghujan. Kondisi angin kencang merupakan tantangan yang umum bagi usahatani jagung di daerah 67 tropis (Armbrust & Retta, 2000; Brewbaker, 2003). Kondisi ini dapat menyebabkan penurunan produksi jagung pakan karena tanaman yang roboh (Brewbaker, 2003). Hal ini membuat sebagian besar petani,

terutama yang memiliki lahan di tempat tinggi dan terbuka dengan kondisi topografi miring, sangat mementingkan atribut bentuk tanaman. Produsen dianjurkan untuk tetap mempertahankan kinerja atribut bentuk tanaman dengan karakteristik tinggi menengah dan batang kekar. Karakteristik tersebut sangat disukai oleh petani karena dapat menurunkan peluang tanaman roboh.

b. Ujung Tongkol Penuh

Posisi atribut ujung tongkol penuh yang berada di dalam Kuadran II menunjukkan bahwa atribut ini memiliki tingkat harapan tinggi, dan juga diimbangi oleh tingkat kinerjanya yang tinggi. Atribut ujung tongkol penuh dinilai dengan menghitung jumlah tongkol per kilogramnya. Penilaian seperti ini dilakukan karena sistem penjualan hasil panen jagung pakan di Desa Purwodadi dilakukan dengan patokan harga per kilogram. Dengan demikian semakin berat bobot tongkol jagung pakan, penerimaan petani juga akan semakin besar. Hampir seluruh petani responden menganggap atribut ukuran/bobot tongkol sangat penting karena hubungan atribut ini terhadap penjualan petani. Tingkat kinerja dari atribut ini tinggi dengan hasil penilaian rata-rata terdapat 2-3 tongkol per kilogramnya, dengan skor 4 dan 5. Produsen disarankan untuk tetap mempertahankan prestasi dengan menjaga karakteristik ukuran/bobot tongkol yang besar.

c. Atribut daya tumbuh

Atribut daya tumbuh memiliki tingkat kinerja yang rendah padahal petani responden sangat mementingkan atribut tersebut. Petani menginginkan kualitas benih jagung yang bagus dengan daya tumbuh yang baik. Daya tumbuh penting bagi petani karena berpengaruh pada produktivitas. Semakin tinggi daya tumbuh maka produktivitas jagung juga semakin besar. Keseragaman daya tumbuh sangat penting untuk mendapatkan hasil yang tinggi. Pertumbuhan jagung yang tidak seragam diakibatkan daya tumbuh benih rendah. Tanaman yang terlambat tumbuh akan ternaungi dan gulma bersaing dengan tanaman, akibatnya tanaman tumbuh tidak normal dan tongkolnya kecil dibanding tanaman yang tumbuh lebih awal dan seragam (Williams, 2011). Atribut daya tumbuh pada produk benih jagung Bisi 2 memiliki tingkat kinerja yang rendah padahal atribut ini sangat

dipentingkan oleh petani responden. Perusahaan perlu meningkatkan kinerja atribut daya tumbuh agar daya tumbuh pada Bisi 2 sesuai dengan harapan petani.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan kuadran prioritas rendah. Hal ini diartikan bahwa seluruh atribut pada kuadran ini merupakan atribut yang dianggap konsumen kurang penting dan tingkat kinerjanya pun tidak terlalu baik. Perbaikan terhadap atribut-atribut yang berada di kuadran ini memiliki prioritas yang rendah karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen kecil (Insani, 2014). Dengan demikian, petani pengguna benih jagung pakan menganggap atribut-atribut di kuadran tiga ini tidak ada yang masuk dan tidak perlu menjadi prioritas utama perbaikan.

4. Kuadran IV (Prioritas Berlebihan)

Kuadran IV merupakan kuadran yang berisikan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, namun memiliki tingkat kinerja yang tinggi (Tzeng & Chang, 2011). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sebenarnya telah puas dengan atribut yang terkait, dan produsen sebaiknya mempertimbangkan usaha yang sedang dilakukan pada atribut lain. (Tzeng & Chang, 2011). Terdapat tiga atribut dari produk benih jagung pakan hibrida yang masuk ke dalam kuadran ini, yakni: Atribut harga benih pada produk Bisi 2 memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah. Petani responden menganggap mutu dan kualitas benih lebih penting dibandingkan harga benih. Jika terdapat merek benih jagung yang menawarkan harga yang rendah tapi memiliki kualitas yang buruk, petani akan membeli merek benih lain dengan kualitas yang lebih baik meskipun dengan harga yang lebih tinggi. Harga benih yang mahal akan tertutupi dengan penghasilan setelah panen. Harga benih jagung Bisi 2 yang ditawarkan relatif murah. Petani cenderung menginginkan harga benih yang rendah sehingga dapat mengurangi biaya usahatani (Fatmawati, 2014). Oleh karena itu, produsen tidak perlu melakukan perbaikan terhadap atribut harga benih karena tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya rendah

5.5. Analisis Tingkat Kepuasan Petani

Tujuan mengetahui tingkat kepuasan petani terhadap produk benih jagung pakan hibrida secara menyeluruh dapat dijawab melalui analisis *Costumer*

Satisfaction Index (CSI) atau Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) berdasarkan perbandingan tingkat kinerja dan tingkat kepentingannya. Hasil analisis CSI sejalan dengan hasil analisis IPA yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil analisis IPA yang baik akan menunjukkan nilai indeks kepuasan pada analisis CSI yang juga baik, begitu pun sebaliknya. Sehingga perbaikan yang dilakukan pada atribut-atribut produk seperti yang ada pada pembahasan sebelumnya dapat meningkatkan nilai dari indeks kepuasan (CSI). Hasil perhitungan dari analisis CSI dapat dilihat pada Tabel 14 dan Lampiran 7.

Tabel 14. Perhitungan CSI Produk Benih Jagung Pakan

Atribut	<i>Means Important Score (MIS)</i>	<i>Mean Satisfaction Score (MSS)</i>	<i>Weight Factors (WF)</i>	<i>Weight Score (WS)</i>
Harga benih	1,77	4,37	0,06	0,26
Produktivitas	4,60	2,00	0,16	0,31
Umur panen	4,57	3,09	0,16	0,48
Daya tumbuh	4,66	4,74	0,16	0,75
Ujung tongkol penuh	4,66	5,00	0,16	0,79
Tahan hama dan penyakit	4,54	3,37	0,15	0,52
Tahan roboh	4,63	4,83	0,16	0,76
Total	29,43	27,40	1,00	3,88
Nilai CSI	$(3,88/5) \times 100\% = 77,54\%$			

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 14 tersebut, didapatkan nilai total rata-rata tingkat kepentingan (MIS) produk didapatkan sebesar 29,43 dan nilai total rata-rata tingkat kinerja (MSS) ialah sebesar 27,40. Nilai total rata-rata tingkat kinerja (MSS) yang kurang dari nilai total rata-rata tingkat kepentingan (MIS) dapat menunjukkan bahwa produk benih jagung pakan Bisi 2 secara umum belum memenuhi harapan dari petani. Petani pengguna produk benih jagung pakan secara umum untuk penilaian tingkat kinerja dari setiap atribut masih kurang kinerja yang diinginkan dan dihasilkan dari usahanya misalkan, atribut produktivitas, umur panen dan tahan terhadap hama dan penyakit nilai (MSS) kurang dari nilai (MIS) yang perlu diperbaiki kinerjanya bagi perusahaan tersebut. Hasil perhitungan juga didapatkan nilai indeks CSI sebesar 77,54%. Dengan indeks CSI yang berada pada rentang indeks kepuasan $61\% \leq \text{CSI} \leq 80\%$ dapat diartikan bahwa petani pengguna produk benih jagung pakan secara umum puas dengan produk tersebut. Nilai ini didapatkan dari pembagian (*Weighted Factor*) masing-masing atribut dengan skala maksimum yang digunakan, dikalikan

dengan 100 persen. Tabel 14 juga menunjukkan total *weighted score* yang memiliki nilai 3,88.

5.6. Analisis Tingkat Loyalitas Petani

Setelah mengkonsumsi suatu produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk. Tingkat kepuasan konsumen akan mempengaruhi loyalitas seseorang. Semakin puas konsumen terhadap suatu produk, akan semakin loyal terhadap produk tersebut. Analisis loyalitas pada penelitian ini bertujuan untuk memetakan tingkat loyalitas petani terhadap penggunaan benih jagung Bisi 2 berdasarkan bentuk piramida yang dibentuknya. Perhitungan tingkat loyalitas tersaji pada Lampiran 8 Konsumen yang sangat loyal pada produk tidak mudah beralih ke produk lain. Hasil perhitungan analisis tingkat loyalitas petani tersaji pada Tabel 15.

Tabel 15. Perhitungan Presentase Responden pada Piramida Loyalitas Produk Benih Jagung Pakan Bisi2

Tingkatan Loyalitas	Jumlah Responden	Persentase	Persentase pada Piramida Loyalitas
<i>Switcher buyer</i>	0	0,00%	0,00%
<i>Habitual buyer</i>	5	14,29%	10,00%
<i>Satisfied buyer</i>	4	11,43%	8,00%
<i>Liking the brand</i>	20	57,14%	40,00%
<i>Committed buyer</i>	21	60,00%	42,00%
	Total	142,86%	100,00%

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Analisis loyalitas petani diukur berdasarkan beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk menggolongkan responden menjadi *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dibuat dalam bentuk bertingkat dan pemberian skor.

1. *Switcher Buyer*

Konsumen dalam kategori ini merupakan konsumen yang tidak loyal terhadap benih jagung Bisi 2 karena sensitif terhadap perubahan harga dan ketidaktersediaan benih sehingga pada piramida loyalitas berada di urutan terbawah. Berdasarkan hasil analisis piramida loyalitas yang ditunjukkan oleh Tabel 15, konsumen benih jagung Bisi 2 tidak ada yang termasuk kategori

switcher buyer. Petani responden tidak beralih ke produk benih jagung lain meskipun terjadi perubahan harga dan ketidaktersedian benih di toko pertanian terdekat. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden loyal dengan tetap melakukan pembelian ulang terhadap produk benih jagung Bisi 2 walaupun terjadi perubahan harga pada produk. Bisi 2 juga selalu tersedia di toko pertanian terdekat dan memudahkan petani untuk membelinya ketika dibutuhkan.

Menurut Sumarwan (2009), konsumen yang loyal adalah konsumen yang memiliki persepsi yang baik terhadap suatu merek dan selalu membeli serta menggunakannya meskipun terjadi perubahan harga dari merek tersebut sehingga konsumen tidak akan berpindah ke merek lain. Petani juga lebih memilih dan mencari benih jagung Bisi 2 karena kualitas sudah terjamin. Jika petani tidak memperoleh benih yang dicari maka petani akan mencari ke tempat lainnya, hal ini menunjukkan bahwa petani loyal terhadap benih yang digunakan (Koes, 2013).

2. *Habitual Buyer*

Konsumen *habitual buyer* menggunakan suatu merek berdasarkan kebiasaan petani menggunakan Bisi 2 dan pengaruh petani lain yang mayoritas menggunakan produk tersebut. Konsumen dalam tingkatan ini tidak memiliki alasan kuat untuk membeli merek lain. Konsumen pada kategori ini tidak mempertimbangkan biaya peralihan yang harus ditanggungnya akibat perubahan merek yang dibelinya. *Habitual buyer* belum dikatakan loyal karena faktor utama menggunakan produk karena kebiasaan. Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan oleh Tabel 15, petani responden yang termasuk *habitual buyer* sebesar 10,00% terhadap penggunaan benih jagung Bisi 2. Kebiasaan petani dalam melakukan penggunaan produk benih jagung pakan memiliki alasan tertentu, yaitu melakukan pembelian ulang karena terbiasa, melakukan pembelian ulang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan untuk usahatannya. Lokasi toko pertanian yang sebesar-besarnya di beberapa titik di daerah sekitar Desa Purwodadi dengan jarak yang mudah dijangkau dapat menjadi alasan bahwa petani sebagai konsumen membeli benih jagung pakan karena kebiasaan sehingga tergolong dalam kategori *habitual buyer*.

Konsumen yang membeli suatu produk berdasarkan kebiasaan memiliki sikap selalu menggunakan produk tersebut. Kesetiaan semacam ini termasuk

tingkat loyalitas yang lemah dan biasanya terjadi pada produk yang sering dipakai. Konsumen yang memiliki loyalitas yang lemah dapat berubah ke tingkat loyalitas yang lebih tinggi dengan cara meningkatkan kualitas produk (Tjiptono, 2017). Loyalitas juga terbentuk karena pengaruh orang lain. Petani pada tingkatan ini mengikuti petani lain karena saran yang diberikan bahwa benih terkait memiliki kualitas yang baik. Petani pada tingkatan ini mengikuti petani lain dalam memilih benih karena dianggap memiliki pengalaman lebih (Kurniawati, 2014). Golongan ini memiliki tingkat loyalitas rendah karena jika petani lain berganti merek maka petani responden juga akan berganti benih.

3. *Satisfied Buyer*

Konsumen yang termasuk *satisfied buyer* adalah konsumen yang puas terhadap merek yang dikonsumsi. Indikator yang digunakan untuk mengelompokkan konsumen masuk ke tingkatan ini adalah konsumen yang puas terhadap produktivitas yang dihasilkan serta ketahanan terhadap hama dan penyakit. Perusahaan dapat mempertahankan kelompok konsumen *satisfied buyer* dengan memenuhi harapan konsumen dengan melakukan perbaikan kinerja atribut yang dianggap penting oleh konsumen tapi tingkat kinerjanya masih rendah. Pemenuhan harapan konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat menjadi konsumen *liking the brand* atau *committed buyer*. Berdasarkan hasil analisis yang tersaji pada Tabel 15, konsumen benih jagung Bisi 2 yang termasuk dalam kategori *satisfied buyer* sebesar 8,00%.

Menurut Dzikri dan Endah (2018), produktivitas benih yang tinggi menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan benih. Petani merasa puas dengan produktivitas yang tinggi dari suatu benih sehingga petani loyal dalam menggunakan benih tersebut. Petani juga merasa puas terhadap persentase ketahanan hama dan penyakit yang tinggi sehingga petani membeli produk benih secara berulang. Petani pada tingkatan ini puas terhadap atribut ketahanan hama dan penyakit karena atribut tersebut sudah sesuai dengan harapan petani.

4. *Liking the Brand*

Konsumen *liking the brand* adalah konsumen yang menyukai benih jagung Bisi 2 dan tidak berpindah ke benih lain. Konsumen suka terhadap produk karena merek benih jagung Bisi 2 terkenal dan pengalaman menggunakan produk.

Atribut produk yang tingkat kinerjanya sudah baik harus dipertahankan kinerjanya agar loyalitas konsumen yang sudah terbentuk tetap terjaga. Berdasarkan hasil analisis piramida loyalitas yang tersaji pada Tabel 15, konsumen benih jagung Bisi 2 yang termasuk *liking the brand* sebesar 40,00%. *Liking the brand* memiliki persentase tingkatan loyalitas tertinggi. Hal ini disebabkan petani responden suka terhadap produk benih jagung Bisi 2 karena produk tersebut terkenal cocok ditanam di Desa Purwodadi dan memberikan penerimaan yang cukup besar berdasarkan pengalaman penggunaannya.

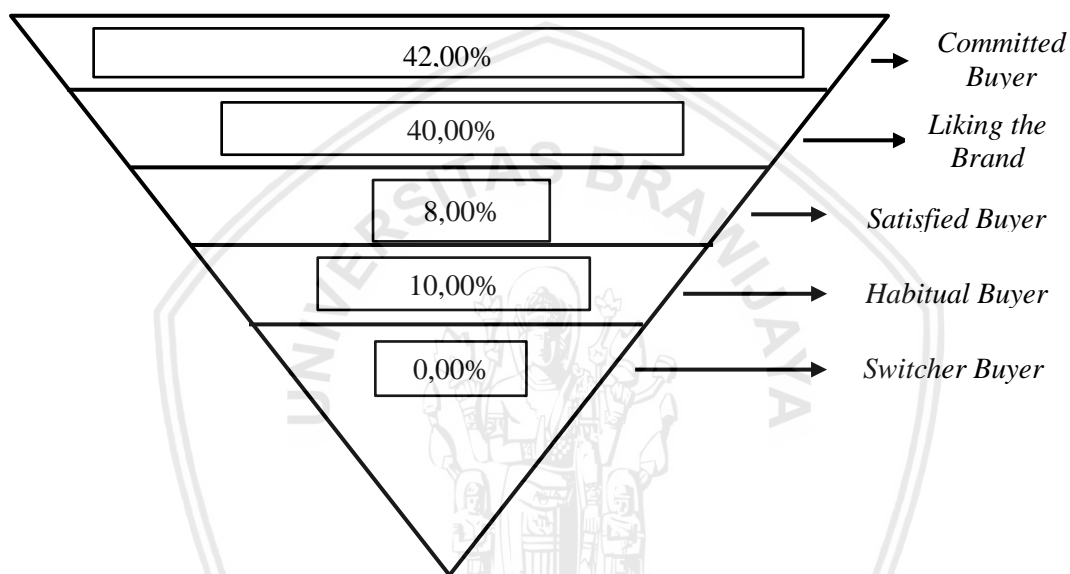
Penelitian Mustikarini *et al.* (2014) menyatakan bahwa merek yang terkenal akan mempengaruhi petani dalam melakukan pembelian secara berulang karena merek tersebut sudah melekat di dalam pikiran petani. Petani responden mengatakan bahwa Bisi 2 mampu memberikan penerimaan 2 kali lipat dari biaya produksi. Biji yang dihasilkan benih jagung Bisi 2 memiliki kualitas baik sehingga harga jualnya tinggi. Harga jual jagung berpengaruh terhadap keputusan petani melakukan pembelian benih karena semakin tinggi harga jual maka penerimaan yang didapat juga tinggi.

5. *Committed Buyer*

Committed buyer adalah konsumen yang setia terhadap suatu merek produk sehingga berada pada tingkatan teratas dalam piramida loyalitas. Konsumen pada tingkatan ini memiliki kebanggaan menggunakan suatu merek sehingga berkomitmen selalu membeli merek tersebut dan merekomendasikan kepada petani lain untuk melakukan pembelian terhadap merek yang digunakan. Berdasarkan hasil analisis yang tersaji pada Tabel 15, konsumen yang termasuk *committed buyer* sebesar 42,00%.. Konsumen pada tingkatan *committed buyer* merupakan aset yang bernilai tinggi bagi perusahaan pada masa yang akan datang, selama perusahaan menjaga kepuasan konsumen dan tidak terjadi penurunan kualitas produk. Petani pengguna benih jagung pakan Bisi 2 yang termasuk kategori ini berkomitmen menggunakan benih jagung dan merekomendasikannya benih jagung pakan dan mengajak petani lain untuk melakukan pembelian benih jagung tersebut.

Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek dan sikap yang positif terhadap perusahaan dengan melakukan pembelian jangka

panjang. Loyalitas konsumen merupakan sikap yang mendorong melakukan pembelian produk secara berulang pada suatu produk serta mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk tersebut (Tjiptono, 2010). Menurut Dzikri dan Endah (2012), loyalitas sebagai ikatan emosional dengan merekomendasikan produk kepada orang lain meskipun terdapat pilihan produk lain. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas tidak hanya dilihat dari banyaknya pelanggan membeli, tapi seberapa sering pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain untuk membeli.



Gambar 7. Piramida Loyalitas Petani pada Pembelian Benih Jagung Bisi 2
Sumber : Data Primer, 2019 (diolah)

Gambar 7 menunjukkan bahwa bentuk piramida loyalitas petani pada pembelian produk benih jagung Bisi 2 pada tingkatan *committed buyer*. Tingkat loyalitas petani responden berada pada kategori yang loyal pada tingkatan *committed buyer* sebesar 42,00%. Berdasarkan hasil piramida loyalitas konsumen pada produk benih jagung Bisi 2 didominasi oleh *committed buyer* sebesar 42,00%, yang menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Bisi 2 sudah menyukai merek tersebut sehingga perusahaan perlu mempertahankan kinerja yang sudah baik. Sedangkan pada tingkatan *switcher buyer* tidak ada petani responden yang masuk ke dalam tingkatan tersebut karena petani di Desa Purwodadi tetap membeli Bisi 2 meskipun ada merek lain yang harganya lebih murah. Konsumen pada tingkatan loyalitas *satisfied buyer*, *habitual buyer*, dan

switcher buyer merupakan konsumen yang belum loyal karena tidak bangga terhadap benih jagung Bisi 2. Konsumen pada tingkatan loyalitas *committed buyer* sudah bangga terhadap produk benih jagung Bisi 2 dan berkomitmen pada diri sendiri.

5.7. Analisis Hubungan Tingkat Kepuasan dengan Loyalitas Petani

Uji korelasi Rank Spearman dalam penelitian ini menggunakan data tingkat kepuasan dan loyalitas individu dalam analisisnya. Tabulasi data perhitungan CSI dan tingkat loyalitas individu tersaji pada Lampiran 9. Persentase berdasarkan rangking tingkat kepuasan dan loyalitasnya tersaji dalam Tabel 16 berikut:

Tabel 16. Perhitungan Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Rangking Tingkat Kepuasan dan Loyalitas

Tingkat Kepuasan	Jumlah Responden	Persentase (%)	Tingkat Loyalitas	Jumlah Responden	Persentase (%)
(1)Sangat tidak puas	-	-	(1)Sangat tidak loyal	-	-
(2)Tidak puas	-	-	(2)Tidak loyal	-	-
(3)Cukup puas	-	-	(3)Cukup loyal	-	-
(4) Puas	25	71,43	(4) Loyal	28	80,00
(5)Sangat puas	10	28,57	(5)Sangat loyal	7	20,00
Total	35	100,00		35	100,00

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 16 menunjukkan bahwa persentase jumlah responden berdasarkan rangking tingkat kepuasan petani terhadap pembelian produk benih jagung Bisi 2 terdapat pada kategori puas, dan sangat puas. Urutan persentase dari terendah hingga tertinggi yaitu puas sebesar 71,43%, dan sangat puas sebesar 28,57%. Sedangkan persentase jumlah reponden berdasarkan rangking tingkat loyalitas petani hanya terdapat pada kategori loyal dan sangat loyal. Urutan persentase dari terendah hingga tertinggi yaitu kategori loyal yaitu sebesar 80,00% dan sangat loyal sebesar 20,00%. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa hubungan kepuasan dengan loyalitas searah karena urutan persentase dari terendah hingga tertinggi menunjukkan tingkatan rangking yang sama. Hubungan kepuasan dengan loyalitas juga menunjukkan korelasi yang cukup kuat karena

pada kategori puas sebesar 71,43% dan loyal sebesar 28,57%, serta kategori sangat puas sebesar 80,00% dan sangat loyal sebesar 20,00%.

Analisis hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hasil *Customer Satisfaction Index (CSI)* Bisi 2 adalah 77,54% yang berada pada rentang skala $61\% \geq CSI \leq 80\%$ yang masuk ke dalam kategori puas. Terdapat 22,46% indeks kepuasan dari atribut-atribut belum memuaskan konsumen, hal ini ditunjukkan pada diagram kartesius di kuadran I terdapat tiga atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki. Kepuasan adalah perasaan senang konsumen terhadap produk setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja produk. Petani responden puas dengan produk Bisi 2, sehingga petani membeli Bisi 2 untuk kegiatan usahatannya secara berulang. Analisis loyalitas konsumen menunjukkan bahwa petani responden berada kategori loyal pada tingkatan *committed buyer* sebesar 42,00%. Hal tersebut menunjukkan bahwa petani sangat puas dengan Bisi 2 dan menyukai merek tersebut (*committed buyer*), sehingga petani akan menggunakan Bisi 2 dalam jangka panjang. Hasil korelasi *Rank Spearman* kepuasan terhadap loyalitas tersaji pada Tabel 17.

Tabel 17. Perhitungan Korelasi Rank Spearman

Variabel	Korelasi	Variabel	
		Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	Koefisien korelasi	1,000	,531**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	35	35
Loyalitas	Koefisien korelasi	,531**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	35	35

**Korelasi signifikan pada taraf 0,01 (2-tailed)

Pada Tabel 17 menunjukkan bahwa hasil uji korelasi *Rank Spearman* antara tingkat kepuasan dan loyalitas petani memiliki koefisien sebesar 0,531 yang artinya berkorelasi sedang. Hasil uji signifikansi koefisien korelasi *Rank Spearman* diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,001 lebih kecil dari pada taraf nyata 1%, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas petani pada pembelian benih jagung Bisi 2 berhubungan signifikan.

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian atribut produk benih jagung Bisi 2 diperoleh bahwa atribut produktivitas, umur panen, dan tahan terhadap hama dan penyakit merupakan atribut prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan kinerja. Atribut tersebut berada pada kuadran I yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja rendah sehingga perlu ditingkatkan kinerjanya guna meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kepuasan petani menunjukkan bahwa secara umum petani merasa puas terhadap atribut produk benih jagung Bisi 2 di Desa Purwodadi, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Karena dalam penggunaan produk benih jagung pakan berdasarkan tingkat kesesuaian dengan rata-rata tingkat kinerja atribut lebih tinggi atau sama dengan tingkat kepentingannya.
3. Pada tingkat loyalitas petani terhadap atribut benih jagung Bisi 2 menunjukkan bahwa petani loyal pada tingkatan *committed buyer* karena petani berkomitmen dalam pembelian benih Bisi 2 jagung pakan di toko pertanian terdekat di Desa Purwodadi dan petani memberikan rekomendasi kepada petani lain.
4. Hubungan kepuasan dengan loyalitas petani dalam pembelian benih jagung Bisi 2 memiliki koefisien sebesar 0,531 artinya berkorelasi sedang. karena petani sebagai konsumen benih jagung pakan akan tetap loyal apabila persepsi petani terhadap kinerja benih sesuai dengan apa yang dirasakan.

6.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil analisis mengenai tingkat kepuasan dan faktor yang menumbuhkan loyalitas terhadap benih jagung pakan hibrida, yaitu:

1. Produsen diharapkan dapat meningkatkan kinerja atribut produktivitas, umur panen, dan tahan terhadap hama dan penyakit pada produk benih jagung Bisi 2 yang berada di kuadran I yang memiliki tingkat kinerja rendah. Perbaikan

kinerja atribut tersebut dapat dilakukan dengan cara pengembangan benih bermutu yang menghasilkan produktivitas yang tinggi, umur panen lebih singkat, dan persentase daya tumbuh benih yang tinggi.

2. Produsen diharapkan tetap mempertahankan kinerja atribut harga benih, ujung tongkol penuh, daya tumbuh, serta tahan roboh agar tingkat kepuasan petani tidak menurun. Selain itu, memperbaiki tingkat kinerja dari atribut produktivitas juga perlu dilakukan karna hasil menunjukkan nilai total rata-rata tingkat kinerja masih kurang dari nilai total rata-rata tingkat kepentingan.
3. Petani sangat loyal dalam pembelian benih jagung pakan, namun hal tersebut perlu dipertahankan loyalitas petani yakni bagi perusahaan, diharapkan evaluasi secara berkala terhadap kinerja atribut yang nilai tingkat kinerja masih kurang dari nilai tingkat kepentingan.
4. Bagi perusahaan diharapkan dapat memperbaiki dan mempertahankan kinerja yang telah memuaskan konsumen dan koefisien korelasi tergolong sedang namun hal tersebut dapat berhubungan terhadap loyalitas. Selain itu, evaluasi secara berkala diperlukan untuk hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen dari sedang menjadi kuat dan sangat kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2010. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Amaliyah, Nur Putri dan Sunarti. 2018. *Analisis Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Coffe Roaster*
- Amirullah. 2011. *Perilaku Konsumen Edisi Pertama Cetakan Pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ao, Yibin, Jiayue Li, Yan Wang, Changjiang Liu, and Shuhong Xu. 2017. *Farmers' Satisfaction of Rural Facilities and Its Influencing Indicators: A Case Study of Sichuan, China*. Sichuan: Sichuan University.
- Azizah dan Ami Widyastuti. 2013. *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Tahun 2018*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang. 2018. *Kabupaten Malang dalam Angka 2018*. Malang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang. 2018. *Kecamatan Plemahan dalam Angka 2018*. Malang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2018. *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2018*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Bidang Statistik Sosial BPS Provinsi Jawa Timur. 2018. *Ragam Konsumsi Makanan Penduduk Jawa Timur, 2017*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Doloksaribu Yunami Martha, Yaktiworo Indriani, dan Umi Kalsum. 2016. *Sikap, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Bebek (Kasus di Runah Makan Bebek Belur di Bandar Lampung)*.
- Dzuhrinia, Audy dan Trisna Insan Noor. 2017. *Analisis Preferensi Petani terhadap Atribut Benih Kedelai (Glycine Max L) di Kec. Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya*. Bandung: Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.
- Gadung, Adiguna. 2015. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Gama, I Gusti Made, Rina Oktaviani, Amzul Rifin. 2016. *Analisis Kepuasan Petani Terhadap Penggunaan Pupuk Organik pada Tanaman Padi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

- Garvin, David A. 2011. *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Griffin, Jill. 2012. *Customer Loyalty: How to Earn it, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, Joseph E, Jr et al. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Harimurti, A. C. 2016. *Strategi Peningkatan Kinerja Atribut Produk Sayuran melalui Pemasaran Online Dalam Upaya Meraih Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*, 1(2), 47-63.
- Hasan, M. Iqbal. 2012. *Statistika 1 dan Statistika 2 Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Insani, Ghandur dan Rita Nurmalina. 2014. *Analisis Sikap, Kepuasan, dan Loyalitas Petani terhadap Benih Kedelai di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu, Kabupaten Cianjur*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Management Institut Pertanian Bogor.
- Irnandha, Aris. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jamaluddin. 2016. *Analisis Tingkat Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Usahatani Padi Varietas Unggul Nasional, Unggul Lokal dan Hibrida pada Sawah Tadah Hujan di Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar*. *Jurnal Agribisnis Volume 18 Nomor 2 Desember 2016*. ISSN: 1412-4807.
- Kasiram, M. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Koes, Asrul. 2013. *Analisis Sikap, Kepuasan dan Loyalitas Petani terhadap Penggunaan Benih Unggul Jagung Komposit di Sulawesi Selatan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Kotler, Philip. 2010. *Pemasaran*. Tangerang: Karisma Publishing Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Jilid I*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. Jakarta: Global Edition Pearson Prentice Hall.
- Kumar, V. S. 2018. *The Relationship Between Customers Satisfaction and Customer Loyalty in Commercial Vehicle Industry in India*. *International Journal of Management and International Business Studies*, 8(1), 11–22.
- Kurniawati, Febby. 2014. *Analisis Sikap, Kepuasan, dan Loyalitas Petani terhadap Benih Jagung Hibrida Bisi-2 di Desa Gadu Barat, Kecamatan Ganding, Kabupaten Sumenep*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

- Lodhita, Heru Eka, Imam Santoso dan Sakunda Anggarini. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Oen*. Malang: Fakultas Teknologi dan Industri Pertanian Universitas Brawijaya.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malonda, Joineer H. Ch. 2014. *Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Coffee Shop*. Surabaya: Universitas Surabaya.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2011. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Margono. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Margono, Slamet. 2009. *Pertumbuhan dan Peranan Lembaga Swadaya Masyarakat dalam Pembangunan*. Solo: CV Ramadhani.
- Mustikarini, Fibria, Retnaningsih, Megawati Simanjuntak. 2014. *Kepuasan dan Loyalitas Petani Padi Terhadap Pestisida*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Naderian, Anahita dan Rohaizat Baharun. 2013. *Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty Association Moderating by Switching Cost*. Johor Baru: Faculty of Management, University Technology Malaysia.
- Nadya, Ulfa Wara. 2018. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Your Tea pada Mahasiswa Institut Pertanian Bogor Dramaga*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Okoroafo, Sam C. 2010. *Gender Differences in Perceptions of the Marketing Stimuli of Family Owned Businesses (FOBs)*. Jakarta: International Journal of Marketing Studies, 2(1), pp: 3-12
- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2009. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Pradita, Rini, Yakitiworo Indriani, achdiansyah Soelaiman, 2016. *Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tauco di Kota Prabumulih*. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Prahasta, A. 2009. *Budidaya Usaha Pengolahan Agribisnis Jagung*. Bandung: Pustaka Grafik.
- Purwono, M. dan Hartono, R. 2007. *Bertanam Jagung Pakan*. Bogor: Penebar Swadaya.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2018. *Statistik Pertanian 2017*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Rahmawati, Gresia, Mohd. Harisudin dan Hanifah Ihsaniyati, 2018. *Loyalitas Petani Dalam Melakukan Pembelian Benih Padi Produksi PP Kerja di Solo Raya*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rial, A., Rial, J., Varela, J., & Real, E. 2008. *An Application of Importance-Performance Analysis (IPA) to the Management of Sport Centres*. *Managing Leisure*, 13(3-4), 179-188.

- Riwandi. 2014. *Teknik Budidaya Jagung dengan Sistem Organik di Lahan Marjinal*. Bengkulu: UNIB Press.
- Sarjono, H., dan Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. (I. Gautama, Ed.) (Cetakan Ke). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, Nashrullah, Famila Dwi Winati, Roy Enggar Achmadi, dan Yosa Permata Shafira. 2016. *Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Menggunakan Metode Statistik (Studi Kasus Di Website E-Commerce Lazada)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Sevilla, Consuelo G. et. al. 2016. *Research Methods*. Quezon: Rex Printing Company
- Simamora, Bilson. 2011. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. 2013. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Dinas Kesehatan Propinsi Riau.
- Simamora, Bilson. 2017. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stratford. 2008. Stratford-on Avon District Council Customer Satisfaction Index July 2008. <http://www.stratford.gov.uk/council/council-805.cfm>. [5 Januari 2010]
- Sugito H. 2013. *Pedoman Pelaksanaan Teknik Kultur Jaringan*. Depok: Penebar Swadaya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suh, JC dan Yi Y. 2009. *When Brand Attitudes Affect the Customer Satisfaction Loyalty Relation: The Moderating Role of Product Involvement*. *Journal of Consumer Psychology*. 16(2): 196-202.
- Sulaiman, Andi Amran, dkk. 2018. *Sukses Swasembada Indonesia Menjadi Lumbung Pangan Dunia 2024*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Sumarwan, Ujang. 2009. *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai bagi Pemegang Saham*. Jakarta: Inti Prima Promosindo.
- Suparman.M. 2009. *Teknik komposisi biji jagung pipilan dalam buah jagung kering giling. Prosiding Temu Teknis Fungsional Non Peneliti*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan.
- Supranto, J. 2012. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. 2015. *Statistik Teori Dan Aplikasi Edisi Ke Enam Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.
- Syukur, M. dan A. Rifianto. 2013. *Jagung Pakan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: J dan J Learning.
- Tjiptono, Fandi. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2017. *Strategi Pemassaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utomo, Susilo. 2012. *Dampak Impor dan Ekspor Jagung Terhadap Produktivitas Jagung di Indonesia*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta.
- Vinerean, Simona dan Alin Opreana. 2014. *Analyzing Mediators of the Customer Satisfaction Loyalty Relation in Internet Retailing*. Bucharest: The Economic University of Bucharest.
- Walpole, Ronald E. 2011. *Pengantar Statistika Edisi Ketiga*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Williams, D.A. 2010. *Corn growth and management quick guide*. www.ag.ndsu.edu.
- Wiriaatmadja, Soekandar. 2010. *Pokok-Pokok Penyuluhan Pertanian*. Jakarta: CV. Yasaguna..