



**ANALISIS KUALITAS PRODUK, FAKTOR EMOSIONAL, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PETANI PADA
PEMASARAN PUPUK NPK DI DESA MARUBUN
PURBA KABUPATEN SIMALUNGUN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

PLORA SAUHUR SARAGIH
NPM 1915310388

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
M E D A N
2024**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL : ANALISIS KUALITAS PRODUK, FAKTOR EMOSIONAL DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PETANI PADA PEMASARAN PUPUK NPK DI DESA MARUBUN PURBA KABUPATEN SIMALUNGUN

NAMA : PLORA SAUHUR SARAGIH
N.P.M : 1915310388
FAKULTAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Manajemen
TANGGAL KELULUSAN : 04 Maret 2024

DIKETAHUI

DEKAN



Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

KETUA PROGRAM STUDI



Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc. M.

**DISETUJUI
KOMISI PEMBIMBING**

PEMBIMBING I



Megasari Gusandra Saragih, S.E., M.S.M.

PEMBIMBING II



Drs Manuntun Pakpahan, MM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PLORA SAUHUR SARAGIH
NPM : 1915310388
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PRODUK, FAKTOR EMOSIONAL DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PETANI PADA PEMASARAN PUPUK NPK DI DESA MARUBUN PURBA KABUPATEN SIMALUNGUN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat);
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Panca Budi untuk menyimpan, mengalih- media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsi ini melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Mei 2024



Handwritten signature of Plora Sauhur Saragih.

PLORA SAUHUR SARAGIH
NPM: 1915310388

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : PLORA SAUHUR SARAGIH
Tempat / Tanggal Lahir : Marubun / 25-07-1999
NPM : 1915310388
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : JL. PERJUANGAN

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 03 Mei 2024



t pernyataan.

PLORA SAUHUR SARAGIH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani Pada Pemasaran Pupuk NPK di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan penentuan sampel menggunakan teknik *Accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.812) lebih besar dari t-tabel (1.66) dengan probabilitas sig $0.003 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya. (2) Faktor emosional secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.905) lebih besar dari t-tabel (1.66) dengan probabilitas sig $0.004 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara faktor emosional terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya. (3) Kemudahan secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.862) lebih besar dari t-tabel (1.66) dengan probabilitas sig $0.004 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya. (4) Dari hasil penelitian pengujian secara simultan dapat diketahui bahwa nilai Fhitung (13.030) lebih besar dari Ftabel (2.47) dengan probabilitas sig $0,000 < 0,05$ maka ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya. (5) Adjusted R Square sebesar 0,267 atau 26,7% dipengaruhi Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan. Sedangkan 73,3% dipengaruhi faktor lain yang belum diteliti Misalnya, Perilaku, Jenis Produk, Biaya Produk, promosi, dan lain-lain.

Kata kunci : Kualitas Produk, Faktor Emosional, Kemudahan dan Kepuasan Petani

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the positive and significant influence of Product Quality, Emotional Factors, and Convenience on Farmer Satisfaction in NPK Fertilizer Marketing in Marubun Purba Village, Simalungun Regency. This study uses a quantitative method with an associative approach. The sample in this study was 100 respondents with an accidental sampling technique for determining the sample. . The results showed that: (1) Product quality partially has a t-count value (2.812) greater than t-table (1.66) with a sig probability of 0.003 <0.05 which means that there is a significant influence between product quality on farmer satisfaction in using fertilizer NPK for the plant. (2) Emotional factors partially have a t-count value (2.905) greater than t-table (1.66) with a sig probability of 0.004 <0.05 which means that there is a significant influence between emotional factors on farmer satisfaction in using NPK fertilizer for their plants. (3) Ease partially has a t-count value (2,862) greater than t-table (1.66) with a sig probability of 0.004 <0.05 which means that there is a significant influence between convenience on farmer satisfaction in using NPK fertilizer for their plants. (4) From the results of simultaneous testing research, it can be seen that the value of Fcount (13,030) is greater than Ftable (2.47) with a sig probability of 0.000 <0.05, so there is a positive and significant influence between product quality, emotional factors and convenience on farmer satisfaction in use NPK fertilizer for their plants. (5) Adjusted R Square of 0.267 or 26.7% is influenced by Product Quality, Emotional Factors and Ease. While 73.3% is influenced by other factors that have not been studied, for example, behavior, product type, product cost, promotions, and others.

Keywords: Product Quality, Emotional Factors, Ease and Satisfaction of Farmers

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat mengajukan Skripsi ini yang disusun guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (SM). Adapun judul yang penulis ajukan adalah sebagai berikut: **“Analisis Kualitas, Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani pada Pemasaran Pupuk NPK Di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun ”**.

Dalam menyusun Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, B.A., M.SC.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi
4. Ibu Megasari Gusandra Saragih S.E.,M.S.M. selaku Dosen Pembimbing I (satu) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis.
5. Bapak Drs.Manuntun Pakpahan,MM. selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis
6. Seluruh pegawai dan staff Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah banyak membantu dan membimbing penulis.

7. Seluruh masyarakat Marubun Purba yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberi dukungan kepada penulis.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Mama Lertina Purba dan Ayah tercinta Adi Swandy Saragih yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, do'a yang tulus serta dukungan kepada penulis baik moril maupun materil selama penulis menuntut ilmu di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
9. Saudara dan saudari saya Marielsa Saragih, Mery Saragih, Lisna Saragih, Putri Saragih dan Sepri Saragih yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
10. Kepada Abang Nofer Purba, Kakak Rosdiana, Phopho, Oppung, Brian dan Cheri yang memberi dukungan, nasihat dan do'a kepada penulis.
11. Kepada sahabat saya Friska Simamora, Mitra Situmorang dan Parlindungan yang telah banyak membantu dan memberi dukungan sejak semester awal sampai saat ini.
12. Kepada Polma Pakpahan yang telah banyak membantu, memberi dukungan serta material kepada penulis.
13. Kepada keponakan Heskiel, Vanesya, Vaniya, Armed, Varel, Tristan, Ivana, Cilla, dan Chiko yang telah memberi do'a, dukungan serta sukacita kepada penulis.
14. Kepada Abang Erikson Raja guk-guk dan Abang Jolly Silitonga yang telah banyak membantu, memberi dukungan kepada penulis.
15. Kepada St. Belmay Rikson Damanik yang telah banyak membantu, memberi dukungan serta do'a kepada penulis.
16. Kepada Gio Tani yang telah banyak membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik dari pembaca diharapkan untuk perbaikan dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Medan, September 2023

Hormat Saya

Plora Sauhur Saragih

NPM. 1915310388

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGHANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Identifikasi dan batasan masalah.....	6
C. Perumusan masalah.....	7
D. Tujuan penelitian.....	8
E. Manfaat penelitian.....	8
F. Keaslian penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Kepuasan petani.....	12
3. Kualitas produk.....	16
4. Faktor emosional.....	19
5. Kemudahan	20
B. Penelitian terdahulu.....	22
C. Kerangka konseptual.....	25
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan penelitian.....	30
B. Tempat dan waktu penelitian.....	30
C. Defenisi operasional variabel.....	31
D. Populasi dan sampel.....	33
E. Jenis dan sumber data.....	34
F. Teknik pengumpulan data.....	34
G. Teknik analisis data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil penelitian.....	42
1. Deskripsi objek penelitian.....	42
2. Deskripsi karakteristik responden.....	43

3. Deskripsi variabel penelitian.....	46
4. Hasil teknik analisis data.....	62
5. Hasil uji asumsi klasik.....	66
6. Hasil regresi linear berganda.....	69
7. Hasil uji hipotesis.....	70
8. Hasil uji koefisien determinasi (R^2).....	73
B. Pembahasan hasil penelitian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
BIODATA PENULIS.....	86
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey awal penelitian	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Petani	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Normalitas P-Plot	67
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey awal penelitian.....	4
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian	31
Tabel 3.2 Defenisi Operasional.....	32
Tabel 3.3 Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Skala Jawaban.....	47
Tabel 4.2 Hasil koisioner berdasarkan kepuasan petani (Y)	47
Tabel 4.3 Hasil Kuisisioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)	51
Tabel 4.4 Hasil Kuisisioner Berdasarkan Variabel Faktor Emosional (X2)	55
Tabel 4.5 Hasil Kuisisioner Berdasarkan Variabel Kemudahan (X3).....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Petani (Y)	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk(X1)	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Vadilitas Berdasarkan Variabel Faktor Emosional (X2).....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kemudahan (X3).....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73

LAMPIRAN

Lampiran 1	lembar pengesahan.....
Lampiran 2	surat pernyataan orisinalitas.....
Lampiran 3	surat pernyataan mengikuti ujian.....
Lampiran 4	surat pernyataan tidak plagiat.....
Lampiran 5	surat pernyataan pengajuan meja hijau.....
Lampiran 6	surat penajuan judul.....
Lampiran 7	surat perubahan judul.....
Lampiran 8	surat keterangan hasil presentasi turnitin.....
Lampiran 9	surat bimbingan doping 1 dan doping 2.....

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Pupuk adalah bahan yang memiliki kandungan satu atau lebih unsur hara yang diberikan pada tanaman atau media tanam untuk mendukung proses pertumbuhannya agar bisa berkembang secara maksimal. Secara alamiah, bumi dan atmosfer di atasnya adalah sumber hara yang tidak terbatas bagi kehidupan tanaman. Namun ketersediaannya tidak seirama dengan kebutuhan tanaman, sehingga diperlukan campur tangan manusia melalui biosphere management, di antaranya pengaturan komoditas, klon, masa tanam, lokasi, pemupukan, irigasi, dan lain-lain, agar tujuan produksi tinggi dan efisien dapat tercapai.

Tanaman membutuhkan 13 macam unsur hara esensial makro (N, P, K, S, Mg, Ca), unsur hara mikro (Cl, Fe, Mn, Zn, Cu, B, Mo) dan kurang lebih 5 unsur hara nonesensial / fungsional (Na, Co, V, Si, Ni). Ke 13 unsur hara esensial wajib diperlukan tanaman untuk metabolisme yang sempurna, sementara itu 5 unsur hara non esensial, dalam beberapa hal mampu berfungsi atau menggantikan sementara peran beberapa unsur hara esensial. Kekurangan hanya salah satu hara esensial akan menyebabkan keterbatasan produktivitas. Dalam aspek hara, produktivitas tanaman dibatasi oleh hara yang paling minimal.

Pemupukan pada tanaman dapat dilakukan dengan menggunakan pupuk NPK. Pupuk NPK dapat mengembalikan tanah, membantu perkembangan.

tanaman mulai dari perkembangan akar, daun, batang hingga buah . Pupuk NPK yang disemprotkan pada daun tanaman berfungsi meningkatkan pertumbuhan tanaman. Kandungan unsur – unsur hara pada pupuk npk mudah diserap oleh tanaman. Pupuk NPK adalah pupuk majemuk yang mengandung unsur hara N (Nitrogen), P (Phospat), dan K (Kalium) yang sangat berguna untuk tanaman. Demikian juga yang terjadi pada tanaman yang ada di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun. Dimana di daerah tersebut di tanam berbagai macam tanaman yang tumbuh di ladang kering seperti : tanaman Sayur, Cabai, Padi, Kopi, Jeruk dan berbagai macam tanaman lainnya

Dalam meningkatkan kepuasan petani dalam pengguna pupuk NPK maka dibutuhkan produk yang berkualitas, faktor emosional dan kemudahan dalam memperoleh pupuk NPK di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi , pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Produk pupuk yang disediakan harus dapat menimbulkan rasa ingin petani membeli. Dimana pupuk yang berkualitas selalu dicari dan diminta oleh para petani. Kualitas produk itu sendiri memiliki definisi yaitu, Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsifungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Faktor emosional adalah suatu perasaan atau emosi yang muncul yang mendasari kepuasan pada konsumen ketika menggunakan produk dengan merek-merek tertentu. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting, dan sebagainya adalah contoh faktor emosional (emotional factor) yang mendasari kepuasan pelanggan. Menurut Kusuma dan Suwitho (2015) menyatakan bahwa emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi dan psikologis.

Kemudahan mendapatkan produk pupuk NPK harus berorientasi pada kebutuhan petani dan keinginan petani untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Penyediaan produk pupuk harus diperhatikan, dimana penyediaan pupuk tersebut disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan petani sehingga mendorong petani untuk selalu melakukan pembelian. Menurut Jogiyanto (2007) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan terhadap 30 orang petani di Desa Marubun Purba ditemukan berbagai fenomena permasalahan terkait variabel Kepuasan Petani, Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Survey awal penelitian

Variabel	Pernyataan	jawaban				
		Ya	%	Tidak	%	Jumlah responden
Kepuasan petani	1.Petani puas menggunakan pupuk NPK	25	80%	5	20%	30
	2.Petani selalu membeli pupuk NPK dengan berbagai jenis	20	65%	10	35%	30
	3.Petani selalu merekomendasikan pupuk NPK kepada orang lain.	15	50%	15	50%	30
	4.Pupuk NPK sesuai dengan harapan petani	15	50%	15	50%	30
Kualitas Produk	1.Bentuk kemasan produk yang beragam menjadi salah satu daya tarik untuk membeli	25	85%	5	15%	30
	2.Beberapa jenis pupuk NPK tidak sesuai dengan harapan petani	18	55%	12	45%	30
	3.komplete dan ZA keluaran terbaru sangat menarik perhatian petani	25	80%	5	20%	30
	4.masa kedaluwarsa pupuk NPK di Desa Marubun Purba terjamin	25	80%	5	20%	30
Faktor Emosional	1.petani senang menggunakan produk pupuk NPK	28	90%	2	10%	30
	2.Petani bangga menggunakan produk NPK karena mudah diserap oleh tanaman.	15	50%	15	50%	30
	3.Petani menyadari bahwa produk NPK sangat berperan penting bagi tanaman	28	90%	2	10%	30
	4.Ada kenyamanan yang dirasakan petani saat menggunakan produk pupuk NPK	15	50%	15	50%	30
Kemudahan	1.Petani merasa penggunaan produk pupuk NPK mudah dipelajari	17	65%	13	35%	30
	2.Menggunakan produk NPK sangat mudah	13	35%	17	65%	30
	3.Petani mudah mengenali jenis-jenis pupuk NPK	25	90%	5	10%	30
	4.Pupuk NPK Phonska sangat sulit didapat di Desa Marubun Purba	28	90%	2	10%	30

Fenomena atau permasalahan terkait variabel Kepuasan Petani, Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan yaitu : Kepuasan Petani terhadap pupuk NPK di Desa Marubun Purba dapat dikatakan belum mencapai harapan karena masih banyak kekurangan dan pertimbangan dalam memilih jenis pupuk yang cocok digunakan untuk tanaman. Kualitas Produk Pupuk NPK di Di Desa Marubun Purba belum cukup baik dikarenakan banyak jenis-jenis pupuk keluaran baru yang sulit larut dan banyak kandungan campuran sehingga proses perkembangan tanaman menjadi lambat. Faktor Emosional terhadap pupuk NPK Di Desa Marubun Purba masih berpengaruh terhadap kepuasan petani dikarenakan, banyak jenis produk pupuk yang belum memuaskan terhadap perkembangan tanaman dengan baik. Sehingga ada beberapa petani yang memang belum merasa puas/minat dengan kualitas produk tersebut. Contohnya, Seperti jenis pupuk NPK Komplete dan ZA. Kemudahan untuk mendapatkan pupuk NPK Di Desa Marubun Purba sedikit sulit dijangkau. Contohnya pupuk NPK Phonska, dikarenakan Desa Marubun salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani jeruk, maka Phonska sangat berperan penting dalam perkembangan tanaman tersebut. Namun, pada saat ini produk pupuk Phonska sangat sulit di dapat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Marubun Purba terhadap pupuk NPK dengan judul penelitian **“Analisis Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani Pada Pemasaran Pupuk NPK Di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun”**.

B. Identifikasi Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka diperoleh masalah yang akan diteliti dan diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Kepuasan petani terhadap pupuk NPK di Desa Marubun Purba dapat dikatakan belum mencapai harapan karena masih banyak kekurangan dan pertimbangan dalam memilih jenis pupuk yang cocok digunakan untuk tanaman.
- b. Kualitas produk Kualitas NPK di Di Desa Marubun Purba belum cukup baik dikarenakan banyak jenis-jenis pupuk keluaran baru yang sulit larut dan banyak kandungan campuran sehingga proses perkembangan tanaman menjadi lambat.
- c. Faktor emosional terhadap pupuk NPK Di Desa Marubun Purba masih berpengaruh terhadap kepuasan petani dikarenakan, banyak jenis produk pupuk yang belum memuaskan terhadap perkembangan tanaman dengan baik. Sehingga ada beberapa petani yang memang belum merasa puas/minat dengan kualitas produk tersebut. Contohnya. Seperti jenis pupuk NPK Komplete dan ZA
- d. Kemudahan untuk mendapatkan pupuk NPK Di Desa Marubun Purba sedikit sulit dijangkau. Contohnya pupuk NPK Phonska, dikarenakan Desa Marubun salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani jeruk, maka Phonska sangat berperan penting dalam perkembangan tanaman tersebut. Namun, pada saat ini produk pupuk Phonska sangat sulit di dapat.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka peneliti membuat pembatasan masalah berupa :

- a. Variabel Penelitian:

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini berupa variabel independen yang terdiri dari Kualitas produk (X1), Faktor Emosional (X2) dan Kemudahann (X3). Sedangkan untuk variabel dependennya terdiri dari Kepuasan petani (Y).

- b. Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun.

C. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba?
- b. Apakah Faktor Emosional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba?
- c. Apakah kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba?
- d. Apakah Kualitas Produk, Faktor Emosional, Kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba?

D. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian sebaiknya merangkum berbagai hal mengenai apa saja yang akan diteliti oleh peneliti masalah. Adapun Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Faktor Emosional terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian menunjukkan pada pentingnya penelitian dilakukan. Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan memberikan sumbangan ilmiah dalam penerapan ilmu Manajemen Pemasaran terutama mengenai Kepuasan Petani, Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan. **b. Manfaat praktis**

Manfaat lain dari hasil penelitian ini yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan:

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperdalam wawasan dan pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran . Selain itu, dapat memperoleh informasi dan gambaran maupun masukan terhadap penelitian dalam Kepuasan Petani, Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan.

2) Bagi Peneliti selanjutnya

Memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi peneliti selanjutnya, yang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

3) Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk dan puas dengan apa yang telah di beli.

F. Keaslian Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki berbagai kemiripan dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh

Gusti Made Gamma, dkk (2016), dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap penggunaan Pupuk Organik pada Tanaman Padi”. Dimana Kualitas produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Petani. Sedangkan penelitian ini berjudul “Analisis Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pemasaran Pupuk NPK di Desa

Marubun Purba Kabupaten Simalungun”. Adapun perbedaan yang terdapat pada kedua penelitian ini terletak pada:

1. Jumlah Variabel : Penelitian Gusti Made, dkk (2016) terdiri dari 4 variabel, 3 variabel independen, yaitu Kualitas Produk (X1), Harga Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) serta 1 variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini terdiri dari 4 variabel, 3 variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Faktor Emosional (X2), Kemudahan (X3), serta variabel dependen yaitu Kepuasan Petani (Y).
2. Waktu penelitian : Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2016 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2023.

Lokasi penelitian : Lokasi penelitian terdahulu di Komplek Baranang Siang Indah, Jln.Carita, Blok B IV NO.14, Bogor 16143, Jawa Barat sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Marubun Purba, Kabupaten Simalungun.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto, 2011). Pemasaran merupakan bagian yang penting dengan pasar, karena pasar yang ada sekarang merupakan pasar pembeli di mana terjadinya transaksi jual beli tergantung pada keputusan pembeli sendiri sehingga pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh perilaku para konsumen dan yang penting perusahaan sebagai yang menawarkan barang hanya bisa mengikuti kehendak konsumen dan bagaimana mengatasi pesaing-pesaing dari perusahaan yang menciptakan barang sejenis.

Menurut Saragih, dkk. (2019) kegiatan pemasaran sering diartikan sebagai kegiatan dalam memasarkan suatu produk yang diperjual belikan oleh perusahaan dan dituiukan kepada para konsumen. Namun jika dilihat dari makna sebenarnya pemasaran bukan hanya sekedar menjual produk saja, pemasaran juga memiliki aktivitas penting dalam menganalisis dan mengevaluasi segala kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Selanjutnya menurut Pakpahan (2016) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Berdasarkan defenisi-defenisi diatas dapat diambil kesimpulan penulis menyimpulkan bahwa pemasaran umumnya mencakup semua segi kehidupan individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara menukarkan produk dan menyalurkan barang produk dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan, sedangkan bagi perusahaan bertujuan untuk menginformasikan produknya kepada masyarakat agar masyarakat mengerti dan mengetahui informasi tentang produk dari perusahaan tersebut.

2. Kepuasan Petani

a. Pengertian Kepuasan Petani

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan.

Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitasnya baik.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal

memenuhi ekspektasi , pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi, tingkat kepuasan dan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan

Menurut Tjiptono (2014) kata “kepuasan atau satisfaction: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Sunyoto (2015). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Menurut Nugroho (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan

diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian.

Berdasarkan pengertian-pengertian dari teori-teori menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dari kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kualiatas produk, kemudahan dan hasil dari produk dengan apa yang diharapkan konsumen, dalam hal ini apakah Petani sudah merasakan kepuasan Pupuk NPK di Desa Marubun Purba.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Petani

Menurut Lupiyoadi (2008). Dalam menentukan kepuasan ada lima faktor yang harus diperhatikan antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya dan Kemudahan yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Indikator Kepuasan Petani

Kepuasan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh petani yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh petani.

Adapun indikator kepuasan menurut Irawan, (2008), yaitu :

- 1) Perasaan puas. Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari petani saat menerima produk yang berkualitas dari perusahaan.
- 2) Selalu membeli produk. Yaitu petani akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain. Yaitu petani yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain.
- 4) Terpenuhinya harapan petani setelah membeli produk. Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan petani.

Berdasarkan dari beberapa dimensi-dimensi diatas dalam penelitian ini menggunakan dimensi menurut Irawan(2008) untuk mengetahui puas atau tidaknya petani terhadap produk di Desa Marubun Purba.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kualitas produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Menurut Daryanto (2013), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014), pengertian kualitas produk adalah “*product quality is the ability of a product to perform it's functions*”. Artinya, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsifungsinya. Sedangkan menurut Tjiptono (2015) mengemukakan definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan estetika dan sebagainya. Dalam definisi strategik, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*).

Kualitas produk adalah satu dari alat positioning pemasaran yang diunggulkan. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada produk dan jasa serta yang paling dekat dan terhubung dengan nilai pelanggan dan kepuasan (Kotler dan Armstrong, 2011).

Berdasarkan pada teori diatas bahwa kualitas produk yang tinggi maka perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan atau mengurangi pemborosan terhadap produk. Suatu produk yang memiliki kualitas adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri (2018), faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Suatu Produk

Suatu produk yang dihasilkan hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa produk tersebut digunakan sehingga produk yang dihasilkan harus dapat benar-benar memenuhi fungsi tersebut. Oleh karena pemenuhan fungsi tersebut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sedangkan tingkat keputusan tertinggi tidak selamanya terpenuhi atau tercapai, maka tingkat kualitas suatu produk tergantung pada tingkat pemenuhan fungsi keputusan pengguna yang dapat dicapai.

2. Wujud Luar Produk

Salah satu faktor yang penting dan sering dipergunakan oleh konsumen dalam melihat produk pertama kalinya untuk menentukan kualitas produk tersebut adalah wujud luar produk. Walaupun produk yang dihasilkan secara teknis atau mekanis telah maju tetapi tidak bila wujud luarnya kurang menarik akan sulit diterima, maka hal ini dapat menyebabkan produk tersebut tidak disenangi konsumen.

3. Biaya Produk Tersebut

Umumnya biaya dan harga suatu produk akan dapat menentukan kualitas produk tersebut. Hal ini terlihat dari produk yang mempunyai biaya atau harga yang mahal menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih baik. Demikian sebaliknya produk yang mempunyai harga yang murah dapat menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih murah.

c. Indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012), terdiri dari:

1. Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur.
2. Kualitas kesesuaian yaitu produk yang memenuhi spesifikasi yang dijanjikan
3. Ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan
4. Keandalan yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk

4. Faktor Emosional

a. pengertian Faktor Emosional

Adapun pengertian emosi menurut Kusuma dan Suwitho (2015) menyatakan emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi dan psikologis. Emosional

sebagai pendorong kepuasan pelanggan. Faktor emosional yang dimiliki oleh konsumen juga memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan (Prandita dan Iriani, 2013).

Sarwoko (2007), menyatakan sikap merupakan suatu respons individu terhadap suatu objek sikap, jadi dapat dikatakan bahwa sikap terhadap merek merupakan respons individu terhadap merek yang memiliki elemen seperti nama merek, logo dan simbol, karakter dan kemasan. Melalui proses evaluatif individu akan memberikan kesimpulan terhadap objek sikap tersebut baik disenangi atau tidak disenangi secara konsisten. Emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak (Goleman, 2015).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Faktor Emosional

Agustian (2007) faktor-faktor yang mempengaruhi emosional, yaitu:

1. Faktor psikologis

Faktor psikologis merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu.

2. Faktor internal membantu individu agar bisa mengelola, mengontrol, mengendalikan, dan mengkoordinasikan emosi individu dengan efektif.

3. Faktor pelatihan emosi

Kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus akan menciptakan kebiasaan, kemudian menghasilkan pengalaman yang berujung pada pembentukan nilai.

4. Faktor pendidikan

Individu akan mengenali emosi hingga mengelola emosi melalui pendidikan yaitu keluarga, sekolah, dan masyarakat

c. Indikator Faktor Emosional

Emosional merupakan perasaan dan pikiran yang didasari oleh beberapa sifat emosi.

Kusumo dan Suwitho (2015), menyatakan indikator dari Faktor

Emosional meliputi:

- 1) Rasa senang
- 2) Rasa bangga
- 3) Rasa percaya diri
- 4) Rasa nyaman

5. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan adalah kepuasan yang diterima pelanggan karena produk atau pelayanan yang didapatkan relatif mudah, aman dan efisien, sehingga pelanggan cenderung akan merasa puas, dengan tidak menambah biaya dan dapat menghemat waktu yang tidak terbuang sia-sia untuk mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Davis,dkk (2019) Kemudahan menjadi tingkatan yang mana suatu insan memiliki keyakinan bahwasanya dalam menggunakan sebuah sistem menjadi perihal dengan tanpa kesulitan guna mendapatkan pemahaman juga tak memiliki keperluan upaya secara banyak atas pemakainnnya guna dapat mempergunakannya.

Menurut Irawan (2002) kemudahan adalah apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Jogiyanto (2007) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah

mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Menurut Amijaya (2010) mendefinisikan kemudahan penggunaan (ease of use) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Menurut Harlan (2014) Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan

Faktor yang mempengaruhi kemudahan menurut Hidayat dkk (2017)

antara lain :

1. Perilaku

Yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan mendapatkan produk, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan produk tersebut.

2. Jenis Produk

Jenis produk yang memungkinkan petani menjadi sulit membedakan mana produk asli dan produk palsu.

c. Indikator Kemudahan

Adapun indikator kemudahan menurut Davis dkk,(2019) sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah digunakan
3. Mudah mengenali

4. Mudah membeli.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung permasalahan terhadap bahasan, peneliti berusaha malacak berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang masih relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian saat ini. Selain itu yang menjadi syarat mutlak bahwa dalam penelitian ilmiah menolak yang namanya plagiatisme atau mencontek secara utuh hasil karya tulisan orang lain. Oleh karena itu, untuk memenuhi kode etik dalam penelitian ilmiah maka sangat diperlukan eksplorasi terhadap penelitian- penelitian terdahulu yang relevan. Berdasarkan hasil eksplorasi terhadap penelitian- penelitian terdahulu, berikut ini peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

No	Nama penulis (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1	Beladin & Dwiyanto (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha	X1: Kualitas Produk, X2: Kualitas Pelayanan, X3: Citra Merek. Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Ervina Kurniawan (2015)	Kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	X1:kualitas layanan X2:Kualitas makanan Y:Kepuasan konsumen	Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, atmosphere memiliki hubungan moderasi yang signifikan antara kualitas layanan, kualitas makanan dan kepuasan pelanggan. Atmosphere memiliki hubungan moderasi yang signifikan antara kualitas layanan, kualitas makanan dan loyalitas pelanggan

3	Yosi Pratama. (2015)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderas	X1 : Citra Merek X2 : Harga Y:Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, Fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi
4	Gamma, dkk, (2016)	Analisis kepuasan Petani Terhadap Kualitas Produk, harga Produk, dan kualitas Pelayanan Terhadap Penggunaan Pupuk Organik Pada Tanaman Padi	X1 :Kualitas Produk X2 :Harga Produk X3:Kualitas Pelayanan. Y : Kepuasan Petani	Kualitas produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani
5	Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat. (2017)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen amanda brownies.	X1:Kualitas Produk X2:Kualitas Pelayanan Y:Kepuasan Konsumen	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan
6	Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim. (2017)	Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu	X1:Kualitas Produk X2:Kualitas Pelayanan Y:Kepuasan Konsumen	Kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
7	Oktarini (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang	X1: Pengaruh X2: Kualitas Pelayanan, X3: Harga. Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan, harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
8	Prasetya dan Patrikha (2020)	Pengaruh Citra Merek GO-JEK dan Promosi GO-JEK Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK di Surabaya	X1: Citra Merek, X2:Promosi. Y: kepuasan pelanggan	Citra Merek, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
9	Rina Marlina (2020)	Persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli smartphone	XI : Persepsi kualitas Y : Kualitas pelanggan	Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan, terhadap kepuasan pelanggan
10	Nelsi Dalame dan Triana Ananda Rustman. (2020)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelabuhan Batu Ampar Di Batam	X1 : Fasilitas X2 : Kualitas Layanan Y:Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja produk dan keterandalan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

11	Prayoga dan batubara (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah	X1 :Kualitas Produk, X2: Citra Merek, X3: Harga. Y : kepuasan konsumen	Kualitas Produk, Citra Merek, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
----	-----------------------------	--	--	---

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep penelitian adalah suatu uraian dan visualisasi hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya, atau antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dari masalah yang ingin diteliti

(Notoatmodjo, 2018).

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Petani

Menurut Tjiptono (2013), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Kotler dan Armstrong (2013) berpendapat bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Lupiyoadi (2013), salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Faktor harga produk juga berperan utama, dimana produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Berdasarkan pendapat para

ahli tersebut, ukuran kepuasan yang dirasakan konsumen saat menggunakan suatu produk ini relatif dipengaruhi kuat oleh kualitas produk.

2. Hubungan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Petani

Menurut Tjiptono (2014) menyatakan emosi bisa diartikan sebagai kesadaran dari beberapa kejadian psikologis yang diikuti dengan respon berperilaku bersama dengan penilaiannya. Definisi ini menekankan bahwa emosi terdiri atas tiga komponen yang saling berkaitan, yaitu fisiologis, perilaku, dan kognitif. Menurut Oktaviani (2014) menyatakan emosi adalah perasaan yang timbul dalam persepsi terhadap kinerja dan yang muncul selama proses evaluasi terhadap kinerja. Sedangkan menurut Hou dkk,(2014) menyatakan emosi adalah perasaan yang dirasakan pelanggan ketika mereka menggunakan produk atau menikmati layanan. Menurut Irawan (2011) menyatakan emosional adalah suatu respon dari kepuasan pelanggan itu sendiri setelah melalui serangkaian evaluasi yang sebagian bersifat rasional dan emosional.

3. Hubungan Kemudahan Terhadap Kepuasan Petani

Menurut Irawan (2012) menyatakan kemudahan adalah apabila suatu pelayanan memberikan waktu yang efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Menurut Davis (2013) menyatakan kemudahan dalam penggunaan (ease of use) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Menurut Turban (2010) menyatakan kemudahan penggunaan sebaiknya dapat digunakan semudah mungkin tanpa melalui proses yang dapat mempersulit para penggunanya. Kemudahan penggunaan dalam

konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan konsumen. Hasil penelitian Marisa Arnindita Palma (2016) yang menghasilkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Hubungan Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan Terhadap

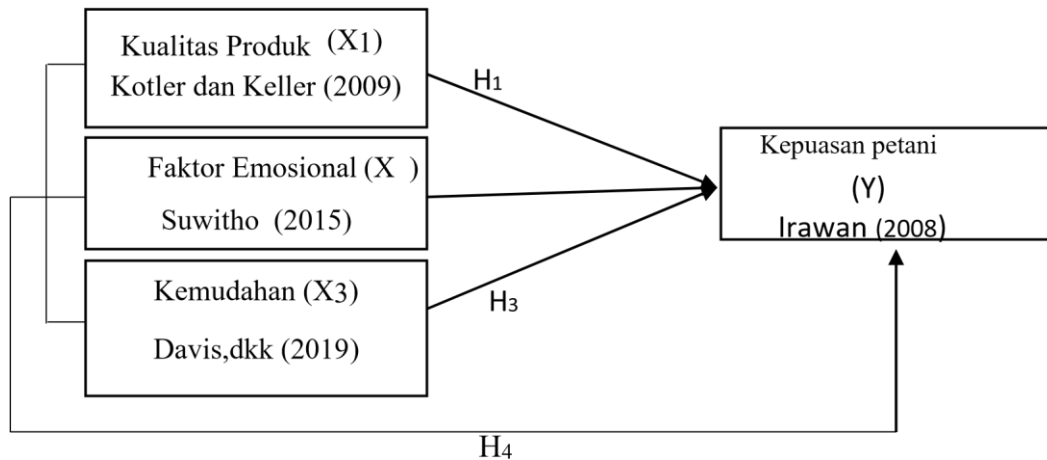
Kepuasan Petani

Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu : kualitas produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan, Irawan (2008). Kualitas produk adalah pandangan akan merasa puas tentang produk yang dibeli pelanggan jika produk memiliki kualitas yang baik dan memenuhi spesifikasi spesifikasinya. Kualitas produk yang memberikan kepuasan kepada pelanggan, apabila produk tersebut memenuhi kebutuhan pelanggan dan memiliki citra merek yang bagus. Kualitas produk yang meliputi ciri produk diantaranya mutu, fitur, gaya dan desain yang manfaat produknya terlihat oleh pelanggan, sehingga produk itu akan terlihat berkualitas baik. (Lupiyoadi, 2001). Faktor Emosi menunjukkan kepada sebuah perasaan dan pikiran yang khas, sebuah serangkaian kecenderungan untuk bertindak dalam keadaan biologis dan psikologis. Dalam kepuasan pelanggan emosi merupakan kesadaran akan keinginan yang mempunyai peranan ganda, yaitu berupa emosi yang muncul terhadap persepsi kinerja dan emosi yang muncul sewaktu dalam proses evaluasi terhadap kinerja. Dengan adanya emosi, pelanggan dapat menilai produk baik melalui merek, logo, karakter dan kemasan, sehingga pelanggan akan merasa bangga menggunakan produk dengan merek tertentu dan merasa orang akan kagum dengan

dirinya, dan membuat tingkat kepuasannya meningkat (Tantri & Widiastuti, 2013; Oktaviani, 2014; Sulasih & Oktiana, 2019).

Kemudahan adalah kepuasan yang diterima pelanggan karena produk atau pelayanan yang didapatkan relatif mudah, aman dan efisien, sehingga pelanggan cenderung akan merasa puas, dengan tidak menambah biaya dan dapat menghemat waktu yang tidak terbuang sia-sia untuk mendapatkan produk atau pelayanan. Kemudahan dalam penggunaan fasilitas baik melalui website dan toko online maupun fasilitas-fasilitas yang tersedia pada toko online akan memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kotler & Keller, 2016; Lupiyoadi, 2001; Tantri & Widiastuti, 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam Gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : penulis 2023

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan, kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah sebelumnya (Manullang dan Pakpahan, 2014).

Berdasarkan kaitan antara masalah yang dirumuskan maka dapat disusun suatu hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H1 = Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani Pada Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun

H2 = Faktor Emosional secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peatani Pada Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun

H3 = Kemudahan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani Pada Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun

H4 = Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Petani Pada Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Pendekatan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Manullang dan Pakpahan, 2014).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Desa Marubun Purba, Kec.Purba Kabupaten Simalungun.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 s/d selesai, dengan deskripsi rincian kegiatan yang dimulai dari pengajuan judul sampai dengan pelaksanaan seminar proposal telah dijelaskan peneliti pada tabel:

Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan dan Tahun												Sept 2023	Juni 2024
		Okt 2022				Des 2022			Mei 202 3	Juni 2023					
		1	2	3	4	1	2	3	1-3	1	2	3	4		
1	Pengajuan Judul	■	■												
2	Ijin Pra Riset	■	■												
3	Pengumpulan Data Proposal					■	■								
4	Penyusunan Proposal							■	■						
5	Bimbingan Proposal														
6	Seminar Proposal											■			
7	Pengumpulan Data											■		■	■
8	Pengolahan Data											■	■		■
9	Penyusunan Skripsi												■	■	■
10	Bimbingan Skripsi													■	■
11	Seminar Hasil													■	■
12	Sidang Meja Hijau														■

Sumber: Penelitian, 2023

C. Defenisi operasional variabel

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti, penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu : kualitas produk (X1), Faktor Emosional (X2), dan Kemudahan (X3) dan satu variabel terikat yaitu kepuasan Petani (Y)

2. Defenisi operasional

Defenisi operasional dan metode pengukuran dari variabel-variabel penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Petani (Y)	kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitasnya baik. Irawan (2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Merekomendasikan pada orang lain 4. Terpenuhinya harapan. (Irawan, 2008)
Kualitas produk (X1)	kualitas produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. (Kotler dan Keller, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk 2. Kualitas kesesuaian 3. Ketahanan 4. Kehandalan (Kotler dan Keller, 2012)
Faktor emosional (X2)	Emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi dan psikologis. (Kusuma dan Suwitho, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa senang 2. Rasa bangga 3. Rasa percaya diri 4. Rasa nyaman (Suwitho, 2015)
Kemudahan (X3)	Kemudahan menjadi tingkatan yang mana suatu insan memiliki keyakinan bahwasanya dalam menggunakan sebuah sistem menjadi perihal dengan tanpa kesulitan guna mendapatkan pemahaman juga tak memiliki keperluan upaya secara banyak atas pemakaiannya guna dapat mempergunakannya Davis,dkk (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Mudah mengenali 4. Mudah membeli (Davis, dkk 2019)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian atau objek yang akan diteliti (Notoatmodjo, 2018:114). Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang datang dari beberapa desa dengan jumlah rata-rata perhari 15 petani. Dan jika dihitung dalam waktu 1 bulan (30 hari), maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 450 petani.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) “ sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan dapat mewakili seluruh populasi yang berjumlah 450 petani di wilayah Desa Marubun Purba (Gio Tani, 2023). Dengan klasifikasi penerapan sampel dengan menyebar kuisisioner yang nantinya akan diberikan kepada para petani di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin dalam pengumpulan sampel penelitian. Alasan penulis menggunakan rumus slovin ini karena populasi dalam penelitian ini kurang dari 500 konsumen dan populasi dalam penelitian ini juga sudah diketahui jumlahnya

$$n = N (1 + N e^2)$$

keterangan :

$$n = 450 / (1 + 450 \cdot (10\%)^2) \quad n = 450 / ($$

$$1 + 450 \cdot (0,1)^2) \quad n = 450 / ($$

$$(1 + 450 \cdot (0,01)) \quad n$$

$$= 450 / (4,51) \quad n =$$

$$450 / 4,51 \quad n = 99,77$$

Hasil perhitungan 99,77 tersebut dibulatkan menjadi 100 agar memudahkan pembagian. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel.

keterangan :

n = Ukuran/besarnya sampel

N = Ukuran/besarnya populasi

Teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang artinya siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data Primer. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuisisioner dan wawancara terstruktur kepada sumbernya yaitu Responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (kuisisioner)

Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberi lembaran pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk setiap responden untuk diisi. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui pasti variabel yang akan diteliti serta bisa mendapatkan apa yang diharapkan dari responden, Sugiyono (2017).

Skala *likert* dipakai untuk mengukur karakter, opini, dan pemahaman seseorang atau kumpulan orang mengenai fenomena sosial. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai

titik tolak ukur mengukur item-item instrumen yang dapat berupa seperti pertanyaan dan pernyataan, Sugiyono (2017)

Untuk analisis kuantitatif , maka jawaban harus diberi skor meliputi:

Tabel 3.3 Skala Likert Pernyataan Tertutup

Jawaban reponden	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

G. Teknik Analisi Data

Sebelum data dianalisis dan evaluasi, terlebih dahulu data tersebut diuji dengan

a. Uji Vadilitas

Manullang dan Pakpahan (2014) mengemukakan tujuan dari uji validitas yaitu untuk mengetahui valid tidaknya suatu hasil kuesioner. Hasil kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut. Kelayakan butir-butir pertanyaan pada kuesioner yang telah diajukan kepada responden perlu diuji dengan membandingkan antara nilai korelasi atau T_{hitung} dari variabel penelitian dengan

nilai T_{Tabel} .

Untuk mengetahui kelayakan dalam butir-butir suatu daftar pernyataan (Angket) yang disajikan kepada para responden maka diperlukan uji vadilitas setiap pertanyaan lebih besar ($<$) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap Valid. Rusiadi,dkk (2013)

b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butirbutir berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket. Rabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach`s alpha* lebih besar (>) 0.60.

Rusiadi,dkk (2013)

Dengan menerapkan rumus tersebut pada data yang tersedia maka dapatlah gambaran yang menjelaskan pengaruh maupun hubungan antara variabel-variabel yang duteliti penulis. Berdasarkan data yang telah di dapat kemudian diolah dan dianalisa. Selain menggunakan rumus diatas dapat dihitung dengan bantuan program *statistical product and service solution (SPSS)* versi 16.0 atau bantuan aplikasi *software SPSS 16,0 for windows*.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier yang berbasis *ordinary least square (OLS)*

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linear yang baik. Uji normalitas dilakukan pada nilai residual model. Asumsi normalitas dapat diperiksa dengan pemeriksaan *output* normal P-P plot. Asumsi normalitas terpenuhi ketika penyebaran titik-titik output plot mengikuti garis diagonal plot Rusiadi,dkk(2013).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya kolinieritas yang signifikan antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Uji ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel bebas lain dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya kolinieritas yang sangat kuat antara suatu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya Rusiadi,dkk (2013).

Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu : jika nilai *inflation factor* (VIP) tidak lebih dari 10 (atau dibawah 10) dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (diatas 0,1), $1/tolerance$, jika $VIF=10$ maka $tolerance 1/10=0,1$.

Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *tolerance*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian asumsi residual dengan varians tidak konstan. Harapannya, asumsi ini tidak terpenuhi karena model regresi linear berganda memiliki asumsi residual dengan varians konstan (homoskedastisitas). Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homoskedastisitas Rusiadi,dkk (2013).

Cara memprediksinya adalah pola gambar *scatterplot* model tersebut adalah :

- a. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja

- c. Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d. Penyebaran titik-titik sebaiknya tidak berpola.

2. Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya analisis Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa. Model persamaanya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan (*dependent Variabel*) α = Konstanta β

= koefisien regresi berganda (*multiple regression*)

X1 = kualitas produk

X2 = faktor emosional

X3 = kemudahan

ϵ = error term

3. Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh sumber daya berwujud yang terdiri dari Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Petani pada tingkat kepercayaan (*Konfidence Interval*) atau level pengujian hipotesis 5% dengan uji F menggunakan rumus statistik.

$$F = R^2 \left(\frac{n - (K - 1)}{(1 - R)(K)} \right)$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi berganda

K = Jumlah Variabel Bebas

N = Jumlah sampel

Hipotesis untuk pengujian secara simultan adalah:

HO : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan Petani.

Ha : minimal 1 $\neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan Petani. Pengujian menggunakan uji F dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) adalah :

Terima H0 (tolak Ha), apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig F > \alpha$ 5% Tolak H0 (terima

Ha), apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig F < \alpha$ 5%

b). Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial menunjukkan seberapa jauh variabel bebas (Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan) terhadap variabel terikat (kepuasan petani). Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, dilakukan uji t, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

- Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Petani.

$H_0 : \beta_1=0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

$H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ 5% Tolak

H_0 (terima H_a), apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ 5%

- Pengaruh Faktor Emosional terhadap kepuasan Petani.

$H_0 : \beta_2=0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

$H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ 5% Tolak H_0 (terima

H_a), apabila $f_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ 5%

- Pengaruh Kemudahan terhadap kepuasan Petani.

$H_0 : \beta_3=0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

$H_a : \beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Petani.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ 5%

Tolak H_0 (terima H_a), apabila $f_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ 5%

4. koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubunga dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikat dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendakati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas, Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabelvariabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

$$KD = r^2 \times 100\% \text{ (Sugiyono, 2017)}$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

R = koefisien Kolerasi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

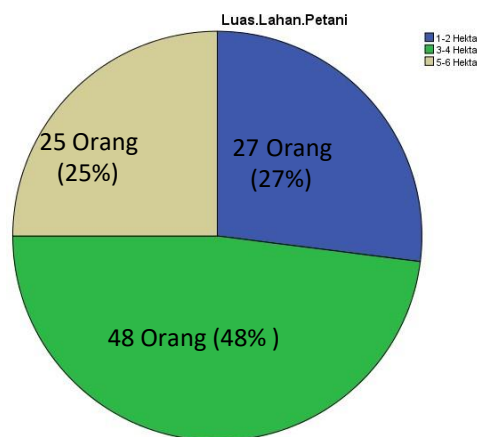
Desa Marubun Purba ini termasuk kedalam Wilayah Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun yang terdapat di Provinsi Sumatera Utara Indonesia. Desa Marubun Purba adalah salah satu desa yang semua penduduknya berperan sebagai petani. Adapun di Marubun Purba ini terdapat sektor pertanian, mulai dari petani Sayur, Cabai, Padi, Kopi, Jeruk dan berbagai macam tanaman lainnya. Untuk meningkatkan pendapatan produksi tanaman di Desa Marubun Purba, Petani membutuhkan bahan yang dapat membantu perkembangan tanaman dengan baik seperti Pupuk. Bagi masyarakat Marubun Purba Pupuk mungkin sudah seperti makanan pokok, walau sebenarnya hanya makanan untuk tanah/tanaman dapat dikatakan pula bahwa Pupuk menjadi partner bagi petani. Pupuk tak lain adalah bahan ampuh untuk menumbuhkan apa saja, untuk memperoleh pangan sebanyak yang petani inginkan. Objek penelitian ini adalah Pupuk NPK yang digunakan oleh masyarakat yang menjadi petani di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun. Pupuk NPK adalah pupuk majemuk yang mengandung unsur hara N (Nitrogen), P (Phospat), dan K (Kalium) yang sangat berguna untuk tanaman. Pupuk NPK yang ditaburkan pada tanaman berfungsi meningkatkan pertumbuhan tanaman karena kandungan unsur – unsur hara pada pupuk npk mudah diserap oleh tanaman. .Saat ini, pupuk yang banyak digunakan petani Desa Marubun Purba adalah pupuk kimia (Urea, ZA, Komplete).

Pupuk kimia masih banyak diminati, karena harganya yang masih terjangkau. Akan tetapi yang terjadi saat ini, ada pupuk yang sulit didapatkan oleh petani Desa Marubun Purba seperti Pupuk Phonska. Pupuk Phonska sangat berperan penting dalam perkembangan tanaman Jeruk dan cabai karena tingkat tertinggi penghasilan petani saat ini berasal dari hasil tanaman tersebut.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu para masyarakat Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun yang menjadi petani. Adapun karakteristik responden didapat berdasarkan kuisisioner yang telah disebar kepada 100 orang petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Berikut hasil karakteristik yang didapat:

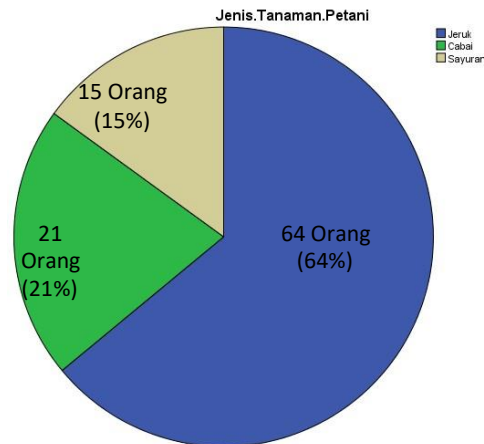
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Petani



Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Petani

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

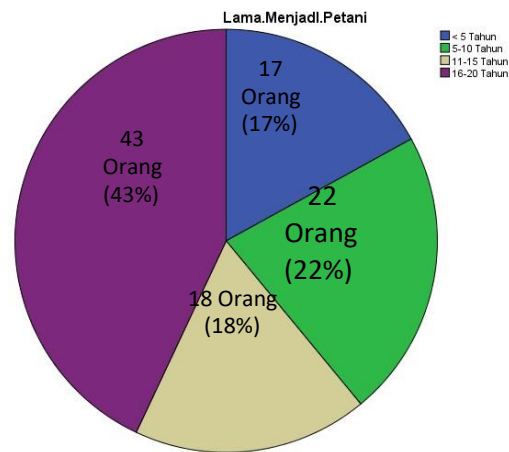
Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini, terdapat 27 orang petani yang memiliki luas lahan 1-2 Hektar atau (27%) , terdapat juga 48 Orang petani yang memiliki luas lahan 3-4 Hektar (48%) sedangkan sisanya terdapat 25 Orang petani yang memiliki luas lahan 56 Hekatar atau (25%). Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan petani memiliki luas lahan 3-4 Hektar.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tanaman Petani**Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini terdapat petani yang menanam jeruk 64 orang atau (64%), petani yang menanam cabai 21 Orang (21%) serta petani yang menanam sayuran 15 orang atau (15%). Maka dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis tanaman petani bermayoritaskan petani yang menanam jeruk.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Petani

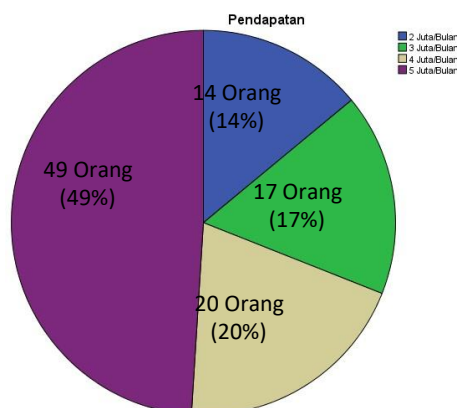


Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Petani

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini: terdapat 17 orang atau (17%) yang sudah menjadi petani dibawah 5 tahun, terdapat 22 orang (22%) petani yang sudah bertani selama 5-10tahun, terdapat 18 orang atau (18%) perani yang sudah bertani 11-15 tahun dan terdapat 43 orang (43%) petani yang sudah bertani 16-20 tahun. Maka dapat disimpulkan mayoritas petani dalam mengeluti pekerjaannya bertani yaitu 16-20 tahun.

d. Karakteristik Responen Berdasarkan Pendapatan



Gambar 4.4 Karakteristik Responen Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini terdapat 14 orang (14%) petani yang berpendapatan 2 juta/bulan, terdapat 17 orang (17%) petani yang berpendapatan 3 juta/bulan, terdapat 20 Orang (20%) petani yang berpendapatan 4 juta/bulan, dan terdapat 40 orang (40%) petani yang berependapatan 5 juta/bulan. Maka dapat diartikan bahwa mayoritas petani berpendapatan 5 juta/bulan

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini yaitu para petani Desa Marubun Purba Simalungun yang menggunakan pupuk NPK. penelitian ini menggunakan data primer. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang telah disebar peneliti ke para petani, adapun kuisisioner tersebut terdiri dari 32 pertanyaan yang disetiap variabelnya memiliki 8 bulir pertanyaan. Adapun pertanyaan dalam kuisisioner menggunakan skala linkert 1-5 sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1
Skala Jawaban

Kategori	Skala Jawaban
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Berdasarkan jawaban-jawaban dari petani tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Deskripsi Variabel Kepuasan Petani (Y)

Tabel 4.2 Hasil kuisioner berdasarkan kepuasan petani (Y)

Hasil Kuisioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Petani Indikator	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
		f	%	f	%	F	%	f	%	F	%		
Merasa Puas	Petani menggunakan produk pupuk NPK	0	0%	1	1%	18	18%	54	54%	27	27%	4,07	S
	Pupuk NPK menjadi salah satu tolak ukur kepuasan Petani	0	0%	0	0%	29	29%	44	44%	29	29%	4,01	S
Selalu Membeli Produk	Petani selalu membeli pupuk NPK dengan berbagai jenis	0	0%	2	2%	21	21%	51	51%	26	26%	4,01	S
	Petani akan kembali membeli produk NPK	0	0%	0	0%	27	27%	46	46%	27	27%	4,00	S
Merekomendasikan kepada Orang Lain	Petani akan merekomendasikan produk NPK kepada orang lain	0	0%	0	0%	26	26%	48	48%	26	26%	4,00	S
	Petani selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan pupuk NPK	0	0%	0	0%	25	25%	50	50%	25	25%	4,00	S
Terpenuhinya Harapan Petani	Pupuk NPK memenuhi kebutuhan tanaman para petani	0	0%	0	0%	23	23%	51	51%	26	26%	4,03	S
	NPK sesuai dengan harapan petani.	0	0%	0	0%	26	26%	49	49%	25	25%	3,99	S

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui jawaban-jawaban para petani dari kuisisioner berdasarkan kepuasan petani yang telah disebar sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan indikator merasa puas tentang “Petani menggunakan produk pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab tidak setuju (TS), 18 orang (18%) petani yang menjawab netral (N), 54 orang (54%) petani yang menjawab setuju (S) dan 27 orang (27%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 1 ini adalah 4,07. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (petani merasa puas dengan menggunakan pupuk NPK).
2. Berdasarkan pertanyaan indikator merasa puas tentang “Pupuk NPK menjadi salah satu tolak ukur kepuasan Petani” menunjukkan bahwa terdapat 29 orang (29%) petani yang menjawab netral (N), 44 orang (44%) petani yang menjawab setuju (S) dan 29 orang (29%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).
Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 2 ini adalah 4,01. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Pupuk NPK menjadi salah satu tolak ukur kepuasan Petani).
3. Berdasarkan pertanyaan indikator Selalu Membeli Produk tentang “Petani selalu membeli pupuk NPK dengan berbagi jenis” menunjukkan bahwa terdapat 2 orang (2%) yang menjawab tidak setuju (TS), 21 orang (21%) petani yang menjawab netral (N), 51 orang (51%) petani yang menjawab setuju (S) dan 26 orang (26%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 3 ini adalah 4,01. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani selalu membeli pupuk NPK dengan berbagi jenis).

4. Berdasarkan pertanyaan indikator Selalu Membeli Produk tentang “Petani akan kembali membeli produk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 27 orang (27%) petani yang menjawab netral (N), 46 orang (46%) petani yang menjawab setuju (S) dan 27 orang (27%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 4 ini adalah 4 . Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani akan kembali membeli produk NPK).
5. Berdasarkan pertanyaan indikator “Merekomendasikan Kepada Orang Lain” tentang “Petani akan merekomendasikan produk NPK kepada orang lain” menunjukkan bahwa terdapat 26 orang (26%) petani yang menjawab netral (N), 48 orang (48%) petani yang menjawab setuju (S) dan 26 orang (26%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 5 ini adalah 4 . Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani akan merekomendasikan produk NPK kepada orang lain).
6. Berdasarkan pertanyaan indikator “Merekomendasikan Kepada Orang Lain” tentang “Petani selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 25 orang (25%) petani yang menjawab netral (N), 50 orang (50%) petani yang menjawab setuju (S) dan 25 orang (25%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 6 ini adalah 4 . Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan pupuk NPK).
7. Berdasarkan pertanyaan indikator “Terpenuhinya Harapan Petani” tentang “Pupuk NPK memenuhi kebutuhan tanaman para petani” menunjukkan bahwa terdapat 23 orang (23%)

petani yang menjawab netral (N), 51 orang (51%) petani yang menjawab setuju (S) dan 26 orang (26%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 7 ini adalah 4,03 . Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Pupuk NPK memenuhi kebutuhan tanaman para petani).

8. Berdasarkan pertanyaan indikator “Terpenuhinya Harapan Petani” tentang

“NPK sesuai dengan harapan petani” menunjukkan bahwa terdapat 26 orang (26%) petani yang menjawab netral (N), 49 orang (49%) petani yang menjawab setuju (S) dan 25 orang (25%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 8 ini adalah 3,99 . Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan NPK sesuai dengan harapan petani).

b. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.3 Hasil Kuisioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)

Indikator	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Bentuk	Pupuk NPK banyak bentuk yang bervariasi	1	1%	1	1%	22	22%	51	51%	25	25%	3,98	S
	Bentuk kemasan pupuk yang beragam menjadi salah satu daya tarik untuk membeli	0	0%	1	1%	28	28%	39	39%	32	32%	4,02	S
Kualitas Kesesuaian Spesifikasi Produk	Kualitas Produk NPK sangat menguntungkan bagi petani di Desa Marubun Purba	0	0%	4	4%	27	27%	36	36%	33	33%	3,98	S
	Kualitas pupuk NPK keluaran terbaru sangat menarik perhatian petani	0	0%	0	0%	27	27%	43	43%	30	30%	4,03	S
Ketahanan	Masa kedaluwarsa pupuk NPK di Desa Marubun Purba terjamin	0	0%	1	1%	19	19%	56	56%	24	24%	4,03	S
	Umur produk pupuk NPK terjamin tanpa terjadi pembekuan	0	0%	0	0%	22	22%	50	50%	28	28%	4,06	S
Kehandalan	Produk pupuk membantu kegagalan pada perkembangan pertumbuhan tanaman di Desa Marubun Purba	0	0%	1	1%	20	20%	49	49%	30	30%	4,08	S
	Beberapa jenis produk pupuk NPK menghambat perkembangan tanaman	0	0%	1	1%	20	20%	50	50%	29	29%	4,07	S

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui jawaban-jawaban para petani dari kuisioner berdasarkan kualitas produk yang telah disebar sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan indikator “Bentuk” tentang “Pupuk NPK banyak bentuk yang bervariasi” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju (STS), 1 orang (1%) yang menjawab tidak setuju

(TS), 22 orang (22%) petani yang menjawab netral (N), 51 orang (51%) petani

yang menjawab setuju (S) dan 25 orang (25%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 1 ini adalah 3,98. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Pupuk NPK banyak bentuk yang bervariasi).

2. Berdasarkan pertanyaan indikator “Bentuk” tentang “Bentuk kemasan pupuk yang beragam menjadi salah satu daya tarik untuk membeli” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju (TS), 28 orang (28%) petani yang menjawab netral (N), 39 orang (39%) petani yang menjawab setuju (S) dan 32 orang (32%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 2 ini adalah 4,02. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Bentuk kemasan pupuk yang beragam menjadi salah satu daya tarik untuk membeli).

3. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kualitas Kesesuaian Spesifikasi Produk” tentang “Kualitas Produk NPK sangat menguntungkan bagi petani di Desa Marubun Purba” menunjukkan bahwa terdapat 4 orang (4%) yang menjawab sangat tidak setuju (TS), 27 orang (27%) petani yang menjawab netral (N), 36 orang (36%) petani yang menjawab setuju (S) dan 33 orang (33%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 3 ini adalah 3,98. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Kualitas Produk NPK sangat menguntungkan bagi petani di Desa Marubun Purba).
4. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kualitas Kesesuaian Spesifikasi Produk” tentang “Kualitas pupuk NPK keluaran terbaru sangat menarik perhatian petani” menunjukkan bahwa terdapat 27 orang (27%) petani yang menjawab netral (N), 43 orang (43%) petani

yang menjawab setuju (S) dan 30 orang (30%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 4 ini adalah 4,03. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Kualitas pupuk NPK keluaran terbaru sangat menarik perhatian petani).

5. Berdasarkan pertanyaan indikator “Ketahanan” tentang “Masa kedaluwarsa pupuk NPK di Desa Marubun Purba terjamin” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju (TS), 19 orang (19%) petani yang menjawab netral (N), 56 orang (56%) petani yang menjawab setuju (S) dan 24 orang (24%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 5 ini adalah 4,03. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Masa kedaluwarsa pupuk NPK di Desa Marubun Purba terjamin).

6. Berdasarkan pertanyaan indikator “Ketahanan” tentang “Umur produk pupuk NPK terjamin tanpa terjadi pembekuan” menunjukkan bahwa terdapat 22 orang (22%) petani yang menjawab netral (N), 50 orang (50%) petani yang menjawab setuju (S) dan 28 orang (28%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 6 ini adalah 4,06. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Umur produk pupuk NPK terjamin tanpa terjadi pembekuan).

7. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kehandalan” tentang “Produk pupuk membantu kegagalan pada perkembangan pertumbuhan tanaman di Desa Marubun Purba” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju (TS), 20 orang (20%) petani yang menjawab netral (N), 49 orang (49%) petani yang menjawab setuju (S) dan 30 orang (30%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 7 ini adalah 4,08. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Produk pupuk membantu kegagalan pada perkembangan pertumbuhan tanaman di Desa Marubun Purba).

8. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kehandalan” tentang “Beberapa jenis produk pupuk NPK menghambat perkembangan tanaman” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju (TS), 20 orang (20%) petani yang menjawab netral (N), 50 orang (50%) petani yang menjawab setuju (S) dan 29 orang (30%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 8 ini adalah 4,07. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Beberapa jenis produk pupuk NPK menghambat perkembangan tanaman).

c. Deskripsi Variabel Faktor Emosional (X2)

Tabel 4.4 Hasil Kuisiner Berdasarkan Variabel Faktor Emosional (X2)

Indikator	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Rasa Senang	Petani senang menggunakan produk pupuk NPK	0	0%	2	2%	18	18%	54	54%	26	26%	4,04	S
	Petani selalu menggunakan produk pupuk NPK karena terjamin	0	0%	1	1%	24	24%	47	47%	28	28%	4,02	S
Rasa Bangga	Petani bangga menggunakan produk pupuk NPK karena mudah diserap oleh tanaman	0	0%	1	1%	21	21%	56	56%	22	22%	3,99	S
	Rasa bangga timbul ketika petani menggunakan produk pupuk NPK	0	0%	0	0%	24	24%	49	49%	27	27%	4,03	S
Rasa Percaya Diri	Petani menyadari bahwa produk pupuk NPK sangat berperan penting bagi tanaman.	0	0%	0	0%	25	25%	49	49%	26	26%	4,01	S
	Tanpa produk NPK tanaman tidak dapat bertumbuh dengan baik	0	0%	0	0%	23	23%	53	53%	24	24%	4,01	S
Rasa Nyaman	Petani merasa nyaman menggunakan produk pupuk NPK tanpa mengkhawatirkan kegagalan dalam pertumbuhan tanaman	0	0%	2	2%	16	16%	57	57%	25	25%	4,05	S
	Ada kenyamanan yang dirasakan petani ketika menggunakan produk pupuk NPK	0	0%	4	4%	19	19%	55	55%	22	22%	3,95	S

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui jawaban-jawaban para petani dari kuisiner berdasarkan faktor emosional yang telah disebar sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Senang” tentang “Petani senang menggunakan produk pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 2 orang (2%) yang tidak setuju (TS), 18 orang (18%) petani yang menjawab netral (N), 54

orang (54%) petani yang menjawab setuju (S) dan 26 orang (26%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 1 ini adalah 4,04. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani senang menggunakan produk pupuk NPK).

2. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Senang” tentang “Petani selalu menggunakan produk pupuk NPK karena terjamin” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang tidak setuju (TS), 24 orang (24%) petani yang menjawab netral (N), 47 orang (47%) petani yang menjawab setuju (S) dan 28 orang (28%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 2 ini adalah 4,02. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani senang menggunakan produk pupuk NPK).
3. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Bangga” tentang “Petani bangga menggunakan produk pupuk NPK karena mudah diserap oleh tanaman” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang tidak setuju (TS), 21 orang (21%) petani yang menjawab netral (N), 56 orang (56%) petani yang menjawab setuju (S) dan 22 orang (22%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 3 ini adalah 3,99. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani bangga menggunakan produk pupuk NPK karena mudah diserap oleh tanaman).
4. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Bangga” tentang “Rasa bangga timbul ketika petani menggunakan produk pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 24 orang (24%)

petani yang menjawab netral (N), 49 orang (49%) petani yang menjawab setuju (S) dan 27 orang (27%) petani yang menjawab sangat setuju

(SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 4 ini adalah 4,03. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Rasa bangga timbul ketika petani menggunakan produk pupuk NPK).

5. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Percaya Diri” tentang “Petani menyadari bahwa produk pupuk NPK sangat berperan penting bagi tanaman” menunjukkan bahwa terdapat 25 orang (25%) petani yang menjawab netral (N), 49 orang (49%) petani yang menjawab setuju (S) dan 26 orang (26%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 5 ini adalah 4,01. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani menyadari bahwa produk pupuk NPK sangat berperan penting bagi tanaman).

6. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Percaya Diri” tentang “Tanpa produk NPK tanaman tidak dapat bertumbuh dengan baik” menunjukkan bahwa terdapat 23 orang (23%) petani yang menjawab netral (N), 53 orang (53%) petani yang menjawab setuju (S) dan 24 orang (24%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 6 ini adalah 4,01. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Tanpa produk NPK tanaman tidak dapat bertumbuh dengan baik).

7. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Nyaman” tentang “Petani merasa nyaman menggunakan produk pupuk NPK tanpa mengkhawatirkan kegagalan dalam pertumbuhan tanaman” menunjukkan bahwa terdapat 2 orang (2%) yang tidak setuju (TS), 16 orang (16%) petani yang menjawab netral (N), 57 orang (57%) petani yang menjawab setuju (S) dan 25 orang (25%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 7 ini adalah 4,05. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani merasa nyaman menggunakan produk pupuk NPK tanpa mengkhawatirkan kegagalan dalam pertumbuhan tanaman).

8. Berdasarkan pertanyaan indikator “Rasa Nyaman” tentang “Ada kenyamanan yang dirasakan petani ketika menggunakan produk pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 4 orang (4%) yang tidak setuju (TS), 19 orang (19%) petani yang menjawab netral (N), 55 orang (55%) petani yang menjawab setuju (S) dan 22 orang (22%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 8 ini adalah 3,95. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Ada kenyamanan yang dirasakan petani ketika menggunakan produk pupuk NPK).

d. Deskripsi Variabel Kemudahan (X3)

Tabel 4.5 Hasil Kuisioner Berdasarkan Variabel Kemudahan (X3)

Indikator	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		S		Mean	Ket
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Mudah Dipelajari	Petani merasa penggunaan produk pupuk NPK mudah dipelajari.	0	0%	2	2%	22	22%	56	56%	20	20%	3,94	S
	Menyesuaikan jenis pupuk dengan tanaman sangat mudah dipelajari	0	0%	2	2%	23	23%	59	59%	16	16%	3,89	S
Mudah Digunakan	Jenis produk NPK sulit digunakan karena tidak sesuai dengan pertumbuhan tanaman	0	0%	1	1%	26	26%	53	53%	20	20%	3,92	S
	Menggunakan produk pupuk NPK sangat mudah.	0	0%	0	0%	29	29%	51	51%	20	20%	3,91	S
Mudah Mengenali	Petani mudah mengenali jenis-jenis produk pupuk NPK	0	0%	1	1%	25	25%	56	56%	18	18%	3,91	S
	Petani dapat membedakan produk pupuk NPK asli atau palsu	0	0%	0	0%	25	25%	59	59%	16	16%	3,91	S
Kemudahan Membeli	Produk pupuk NPK sangat mudah didapatkan	0	0%	1	1%	23	23%	60	60%	16	16%	3,91	S
	Produksi pupuk NPK yang jarang di prosukai menjadi penghalang petani untuk membeli	0	0%	5	5%	24	24%	53	53%	18	18%	3,84	S

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui jawaban-jawaban para petani dari kuisioner berdasarkan variabel kemudahan yang telah disebar sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Dipelajari” tentang “Petani merasa

penggunaan produk pupuk NPK mudah dipelajari.” menunjukkan bahwa terdapat 2 orang (2%) yang tidak setuju (TS), 22 orang (22%) petani yang menjawab netral (N), 56 orang (56%) petani yang menjawab setuju (S) dan 20 orang (20%) petani yang menjawab sangat

setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 1 ini adalah 3,94. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani merasa penggunaan produk pupuk NPK mudah dipelajari).

2. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Dipelajari” tentang “Menyesuaikan jenis pupuk dengan tanaman sangat mudah dipelajari” menunjukkan bahwa terdapat 2 orang (2%) yang tidak setuju (TS), 23 orang (23%) petani yang menjawab netral (N), 59 orang (59%) petani yang menjawab setuju (S) dan 16 orang (16%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 2 ini adalah 3,89. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Menyesuaikan jenis pupuk dengan tanaman sangat mudah dipelajari).
3. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Digunakan” tentang “Jenis produk NPK sulit digunakan karena tidak sesuai dengan pertumbuhan tanaman” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang tidak setuju (TS), 26 orang (26%) petani yang menjawab netral (N), 53 orang (53%) petani yang menjawab setuju (S) dan 20 orang (20%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 3 ini adalah 3,92. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Jenis produk NPK sulit digunakan karena tidak sesuai dengan pertumbuhan tanaman).

4. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Digunakan” tentang “Menggunakan produk pupuk NPK sangat mudah” menunjukkan bahwa terdapat 29 orang (29%) petani yang menjawab netral (N), 51 orang (51%) petani yang menjawab setuju (S) dan 20 orang (20%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 4 ini adalah 3,92. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Menggunakan produk pupuk NPK sangat mudah).

5. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Mengenali” tentang “Petani mudah mengenali jenis-jenis produk pupuk NPK” menunjukkan bahwa terdapat 1 orang (1%) yang tidak setuju (TS), 25 orang (25%) petani yang menjawab netral (N), 56 orang (56%) petani yang menjawab setuju (S) dan 18 orang (18%) petani yang menjawab sangat setuju (SS).

Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 5 ini adalah 3,91. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Menggunakan produk pupuk NPK sangat mudah).

6. Berdasarkan pertanyaan indikator “Mudah Mengenali” tentang “Petani dapat membedakan produk pupuk NPK asli atau palsu” menunjukkan bahwa terdapat 25 orang (25%) petani yang menjawab netral (N), 59 orang (59%) petani yang menjawab setuju (S) dan 16 orang (16%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 6 ini adalah 3,91. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Petani dapat membedakan produk pupuk NPK asli atau palsu).

7. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kemudahan Membeli” tentang “Produk pupuk NPK sangat mudah didapatkan” menunjukkan bahwa terdapat terdapat 1 orang (1%) yang tidak setuju (TS), 23 orang (23%) petani yang menjawab netral (N), 60 orang (60%) petani yang menjawab setuju (S) dan 16 orang (16%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 7 ini adalah 3,91. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Produk pupuk NPK sangat mudah didapatkan).

8. Berdasarkan pertanyaan indikator “Kemudahan Membeli” tentang “Produksi pupuk NPK yang jarang di prosukai menjadi penghalang petani untuk membeli” menunjukkan bahwa terdapat terdapat 5 orang (5%) yang tidak setuju (TS), 24 orang (24%) petani yang menjawab netral (N), 53 orang (53%) petani yang menjawab setuju (S) dan 18 orang (18%) petani yang menjawab sangat setuju (SS). Adapun nilai mean atau rata-rata jawaban dari pertanyaan 8 ini adalah 3,84. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa para petani setuju dengan pertanyaan (Produksi pupuk NPK yang jarang di prosukai menjadi penghalang petani untuk membeli).

4. Hasil Teknik Analisis Data

a. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan mengetahui kelayakan dalam butir-butir suatu daftar pernyataan (Angket) yang disajikan kepada para responden maka diperlukan uji validitas setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan dianggap valid Rusiadi (2013).

Berikut hasil uji validitas yang sudah diolah menggunakan output SPSS22 sesuai variabel masing-masing, antara lain:

1). Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Petani (Y)

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Petani (Y)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	28,04	7,130	,409	,655
Y1.2	28,10	6,939	,397	,656
Y1.3	28,10	7,606	,340	,604
Y1.4	28,11	7,392	,302	,686
Y1.5	28,11	7,634	,347	,601
Y1.6	28,11	7,654	,352	,600
Y1.7	28,08	7,408	,326	,679
Y1.8	28,12	7,359	,327	,678

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dinyatakan bahwa hasil uji validitas sebanyak 8 pertanyaan yang diolah menggunakan output SPSS pada variabel kepuasan petani (Y) dinyatakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar $> 0,30$ hal tersebut bisa dilihat pada kolom nilai *corrected item-total correlation* dimana semua butir pertanyaan memiliki nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

2). Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk(X1)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk(X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28,27	8,623	,431	,621
X1.2	28,23	8,583	,418	,624
X1.3	28,27	8,967	,379	,663
X1.4	28,22	8,800	,406	,628
X1.5	28,22	9,103	,391	,633
X1.6	28,19	9,186	,352	,641
X1.7	28,17	9,031	,369	,637
X1.8	28,18	9,543	,350	,664

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dinyatakan bahwa hasil uji validitas sebanyak 8 pertanyaan yang diolah menggunakan output SPSS pada variabel kualitas produk (X1) dinyatakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar $> 0,30$ hal tersebut bisa dilihat pada kolom nilai *corrected item-total correlation* dimana semua butir pertanyaan memiliki nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

3). Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Faktor Emosional (X2)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Faktor Emosional (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	28,06	10,340	,585	,759
X2.2	28,08	10,337	,555	,764
X2.3	28,11	10,584	,564	,763
X2.4	28,07	10,874	,465	,778
X2.5	28,09	10,830	,474	,777
X2.6	28,09	11,315	,388	,789
X2.7	28,05	10,977	,455	,780
X2.8	28,15	10,391	,537	,767

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dinyatakan bahwa hasil uji validitas sebanyak 8 pertanyaan yang diolah menggunakan output SPSS pada variabel faktor emosional (X2) dinyatakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar $> 0,30$ hal tersebut bisa dilihat pada kolom

nilai *corrected item-total correlation* dimana semua butir pertanyaan memiliki nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

3). Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kemudahan(X3)

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kemudahan (X3)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27,29	8,915	,414	,729
X3.2	27,34	8,550	,542	,705
X3.3	27,31	8,822	,441	,724
X3.4	27,32	9,250	,337	,743
X3.5	27,32	9,068	,397	,732
X3.6	27,32	9,493	,324	,744
X3.7	27,32	8,583	,564	,702
X3.8	27,39	8,180	,539	,703

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dinyatakan bahwa hasil uji validitas sebanyak 8 pertanyaan yang diolah menggunakan output SPSS pada variabel kemudahan (X3) dinyatakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar $> 0,30$ hal tersebut bisa dilihat pada kolom nilai *corrected item-total correlation* dimana semua butir pertanyaan memiliki nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

b. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butirbutir berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach`s alpha* lebih besar ($>$) 0.60. Rusiadi,dkk (2013).Berikut hasil uji reabilitas yang sudah diolah menggunakan output SPSS2, antara lain:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Petani (Y)	615	Reliabel/Handal
2	Kualitas Produk (X1)	670	Reliabel/ Handal
3	Faktor Emosional (X2)	795	Reliabel/ Handal
4	Kemudahan (X3)	749	Reliabel/ Handal

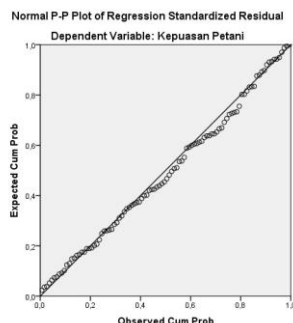
Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka dapat dilihat melalui tabel 4.10 diatas bahwa seluruh variabel penelitian mulai dari variabel kepuasan petani (Y), kualitas produk (X1), faktor emosional (X2), dan kemudahan (X3) dapat dinyatakan dikatakan reliabel (handal), hal tersebut dapat dilihat dari nilai nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,60.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linear yang baik. Asumsi normalitas dapat diperiksa dengan pemeriksaan output normal P-P plot. Asumsi normalitas terpenuhi ketika penyebaran titik-titik output plot mengikuti garis diagonal plot Rusiadi,dkk(2013).Berikut hasil pengujiannya:



Gambar 4.5 Hasil Pengujian Normalitas P-Plot

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik output plot menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga data dalam model regresi penelitian ini dapat dinyatakan normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikonearitas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi yang signifikan antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu : jika nilai inflation factor (VIP) tidak lebih dari 10 (atau dibawah 10) dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (diatas 0,1), $1/\text{tolerance}$, jika $VIF=10$ maka tolerance $1/10=0,1$.

Semakin tinggi VIF maka semakin rendah tolerance.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

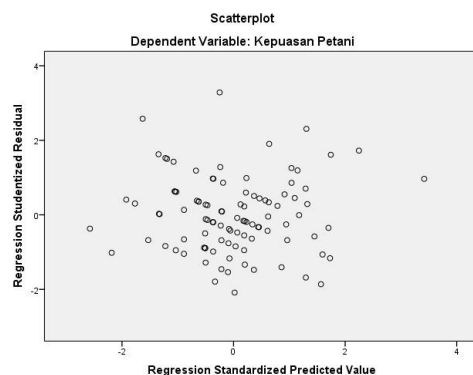
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	10,396	3,535		2,941	,004		
1 Kualitas Produk	,223	,079	,246	2,812	,003	,966	1,035
Faktor Emosional	,221	,076	,270	2,905	,004	,859	1,164
Kemudahan	,238	,083	,263	2,862	,004	,877	1,140

a. Dependent Variable: Kepuasan Petani Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dari tabel hasil pengujian diatas pada tabel 4.11 hasil uji Multikolinearitas, dapat diketahui bahwasemua variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian asumsi residual dengan varians tidak konstan. Adapun kriteria dalam pengujian ini dengan menggunakan pola gambar scatterplot, dimana Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.



Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dapat diketahui dari gambar diatas bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi atau dengan kata lain terbebas dari masalah heteroskedastisitas, hal tersebut dapat dilihat melalui titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya analisis Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan terhadap Kepuasan Petani di Desa Marubun Purba Kabupaten Simalungun adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa.

Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS22 for Windows:

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,396	3,535		2,941	,004
1 Kualitas Produk	,223	,079	,246	2,812	,003
Faktor Emosional	,221	,076	,270	2,905	,004
Kemudahan	,238	,083	,263	2,862	,004

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dari model regresi diatas maka persamaan regresinya adalah :

$$Y = 10,396 + 0,223X1 + 0,221X2 + 0,238X3$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Petani
- a = Konstanta
- X1 = Kualitas Produk
- X2 = Faktor Emosional
- X3 = Kemudahan
- b1, b2, b3 = Koefesien Regresi
- e = Error

Dari Persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Jika kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan diasumsikan sama dengan nol(0) maka kepuasan petani bernilai 10.396.
- 2) Jika kualitas produk dinaikkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan petani sebesar 0,223 atau 22,3% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.
- 3) Jika faktor emosional dinaikkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan petani sebesar 0,221 atau 22,1% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.
- 4) Jika kemudahan dinaikkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan petani sebesar 0,238 atau 23,8% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh sumber daya berwujud yang terdiri dari Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Petani pada tingkat kepercayaan (Konfidence Interval) atau level pengujian hipotesis 5% dengan uji F menggunakan rumus statistik.

Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	262,104	3	87,368	13,030	,000^b
1 Residual	643,686	96	6,705		
Total	905,790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Petani

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kualitas Produk, Faktor Emosional

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dari tabel 4.13 tentang hasil uji f yang sudah diolah menggunakan SPSS22 dapat di ketahui bahwa Uji F menghasilkan Fhitung 13,030 > Ftabel 2,47 (n-k-1 pada k = 100-3-1= 94 pada 4) dengan probabilitas sig 0,000 < 0,05. Maka pengujian tersebut tersebut dinyatakan hipotesis (Ho) ditolak dan (Ha) diterima, hal ini mempunyai arti bahwa kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial menunjukkan seberapa jauh variabel bebas (Kualitas Produk, Faktor Emosional, dan Kemudahan) terhadap variabel terikat (kepuasan petani). Adapun Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Terima Ho (tolak Ha) apabila thitung < ttabel atau Sig t > α 5%, yang artinya tidak ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Tolak Ho (terima Ha) apabila thitung > ttabel atau Sig t < α 5%, yang artinya

terdapat pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,396	3,535		2,941	,004
Kualitas Produk	,223	,079	,246	2,812	,003
Faktor Emosional	,221	,076	,270	2,905	,004
Kemudahan	,238	,083	,263	2,862	,004

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Maka berdasarkan tabel 4.14 diatas tentang hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa angka-angka variabel bebas saling mempengaruhi variabel terikat, berikut penjelasannya:

1) Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat Pada model kualitas produk yang ada di tabel 4.14 memiliki nilai t-hitung sebesar 2,812 (lebih besar)> dari t-tabel 1,66 (n-k =100-4= 96 pada 0,05/ 5%) dengan signifikan 0,003 < 0,05 sehingga dinyatakan sebagai Ha diterima dan Ho ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk

NPK untuk tanamannya.

2) Pengaruh Faktor Emosional (X2) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada model faktor emosional yang ada di tabel 4.14 memiliki nilai t-hitung sebesar 2,905(lebih besar)> dari t-tabel 1,66 (n-k =100-4= 96 pada 0,05/ 5%) dengan signifikan 0,004< 0,05 sehingga dinyatakan sebagai Ha diterima dan Ho ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa

terdapat pengaruh serta signifikan antara faktor emosional dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk

NPK untuk tanamannya.

3) Pengaruh Kemudahan (X3) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada model kemudahan yang ada di tabel 4.14 memiliki nilai t-hitung sebesar 2,862(lebih besar)> dari t-tabel 1,66 (n-k =100-4= 96 pada 0,05/ 5%) dengan signifikan 0,004< 0,05 sehingga dinyatakan sebagai H_a diterima dan H_o ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara kemudahan dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubunga dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendakati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas, Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabelvariabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang telah diolah menggunakan spss22 :

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,538 ^a	,289	,267	2,589

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kualitas Produk, Faktor Emosional

b. Dependent Variable: Kepuasan Petani

Sumber: Diolah Penulis Melalui SPSS22

Dapat dilihat melalui tabel 4.15 diatas perolehan nilai Adjusted R Square sebesar 0,267 aatau 26,7%. Maka besar pengaruh Kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan petani dapat dihitung sebesar 26,7%, sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya Perilaku Konsumen, Jenis Produk, Biaya Produk, dll.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan petani, terdapat pada tabel 4.14 hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada model kualitas produk memiliki nilai t-hitung sebesar 2,812 (lebih besar) > dari t-tabel 1,66 ($n-k = 100-4 = 96$ pada 0,05/ 5%) dengan signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga dinyatakan sebagai H_a diterima dan H_o ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

Sedangkan berdasarkan statistik deskriptif atau hasil jawaban para petani dari pertanyaan tentang variabel kualitas produk menunjukkan nilai rata-rata terendah yaitu 3,99 dan nilai yang tertinggi adalah 4,07 .Hal ini menunjukkan bahwa ketika para petani merespon pertanyaan yang diberikan, mereka meresponnya secara positif. Kualitas suatu produk haruslah diperhatikan setiap perusahaan untuk tetap menarik minat beli para konsumen serta menjaga kepuasan para konsumennya, dimana apabila kualitas suatu produk tersebut tidak bagus maka konsumen akan lebih memilih alternatif lain yang dapat memuaskan mereka. Adapun nilai terendah dari kuisisioner yang telah disebar terdapat di pertanyaan tentang “apakah pupuk NPK memenuhi harapan petani”, hal tersebut menunjukkan masih terdapat kekurangan dalam kualitas pupuk NPK dalam benak

para petani, dimana terdapat beberapa pupuk NPK jenis terbaru yang sulit larut dan banyak kandungan campuran sehingga berdampak kepada proses pertumbuhan tanaman itu sendiri. Maka dari itu perusahaan yang memproduksi pupuk NPK harus lebih teliti lagi dan terus melakukan uji-uji kelayakan produk sebelum memproduksi ataupun memasarkannya, dimana harus lebih memperhatikan apakah kualitas produk tersebut sudah baik dan layak dijual atau tidak, karena kualitas suatu produk merupakan kunci utama kepuasan para penggunanya termasuk kepuasan para petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk menumbuhkan tanamannya.

2. Pengaruh Faktor Emosional (X2) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan mengenai pengaruh faktor emosional terhadap kepuasan petani, terdapat pada tabel 4.14 tentang hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada model faktor emosional yang memiliki nilai thitung sebesar 2,905 (lebih besar) > dari t-tabel 1,66 ($n-k = 100-4 = 96$ pada 0,05/ 5%) dengan signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga dinyatakan sebagai H_a diterima dan H_o ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara faktor emosional dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

Sedangkan berdasarkan statistik deskriptif atau hasil jawaban para petani dari pertanyaan tentang variabel faktor emosional menunjukkan nilai rata-rata terendah yaitu 3,95 dan nilai yang tertinggi adalah 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketika para petani merespon pertanyaan yang diberikan, mereka meresponnya secara positif. Faktor emosional merupakan kesadaran dari beberapa kejadian psikologis yang diikuti dengan respon berperilaku bersama dengan penilaiannya. Faktor emosional dari satu petani juga dapat mempengaruhi petani lainnya, baik itu rasa puas yang ia rasakan maupun rasa tidak puas dengan menggunakan pupuk NPK. Dimana

faktor emosional pastinya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan para petani, karena apabila petani tersebut suka akan menggunakan pupuk NPK maka secara tidak langsung pupuk NPK tersebut dapat memuaskannya, walaupun ditawarkan dengan pupuk-pupuk sejenis lainnya ia pasti akan enggan untuk berpindah karena sudah merasakan kepuasan tersendiri.

3. Pengaruh Kemudahan (X3) Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemudahan terhadap kepuasan petani, terdapat pada tabel 4.14 tentang hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada model model kemudahan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,862 (lebih besar) > dari t-tabel 1,66 ($n-k = 100-4 = 96$ pada 0,05/ 5%) dengan signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga dinyatakan sebagai H_a diterima dan H_o ditolak, hal tersebut mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara kemudahan dengan kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

Sedangkan berdasarkan statistik deskriptif atau hasil jawaban para petani dari pertanyaan tentang variabel kemudahan menunjukkan nilai rata-rata terendah yaitu 3,84 dan nilai yang tertinggi adalah 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa ketika para petani merespon pertanyaan yang diberikan, mereka meresponnya secara positif. Adapun nilai terendah dari kuisioner yang telah disebar terdapat di pertanyaan tentang “Produksi pupuk NPK yang jarang di produksi menjadi penghalang petani untuk membeli”, hal tersebut menunjukkan bahwa masih adanya keterbatasan stok akibat permintaan para petani yang banyak, dimana satu jenis produk tersebut sulit untuk didapatkan. Maka dari itu perusahaan pupuk NPK harus lebih teliti lagi dalam melihat situasi dilapangan dimana jenis pupuk NPK yang menjadi kegemaran para petani haruslah diproduksi lebih banyak agar para petani tersebut dapat merasakan kemudahan-kemudahan dalam membeli

atau mendapatkan pupuk tersebut. Serta agar menjaga para petani tetap merasakan kepuasan dan setia menggunakan pupuk NPK walaupun ada jenis pupuk lainnya yang sejenis.

4. Pengaruh Kualitas Produk (X1), Faktor Emosional (X2) dan Kemudahan (X3)

Terhadap Kepuasan Petani (Y)

Berdasarkan pengujian secara simultan ataupun bersamaan yang sudah diolah menggunakan SPSS22 dapat diketahui bahwa Uji F menghasilkan Fhitung 13,030 >

Ftabel 2,47 (n-k-1 pada k = 100-3-1= 94 pada 4) dengan probabilitas sig 0,000 < 0,05. Maka pengujian tersebut dinyatakan hipotesis (Ho) ditolak dan (Ha) diterima, hal ini mempunyai arti bahwa kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya.

Adapun hasil uji koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,538 atau mempunyai arti (53,8%). Maka besar pengaruh Kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan petani dapat dihitung sebesar 53,8%, sedangkan sisanya 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dari hasil-hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh serta signifikan antara kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan terhadap kepuasan para petani dalam menggunakan pupuk NPK untuk tanamannya. Dimana untuk terus menjaga kepuasan petani diperlukannya kualitas produk yang baik sesuai uji kelayakan sebelum dipasarkan dan menjaga konsistensi kandungan pupuk agar tetap baik digunakan para petani untuk tanamannya, adapun juga faktor emosional petani itu sendiri yang dapat menjaga kepuasannya dalam menggunakan pupuk tersebut. Serta menjaga stok produksi agar para petani mendapat kemudahan dalam membeli pupuk yang digemari, karena

apabila pupuk yang digemari tersebut dapat dibeli dengan mudah, maka akan tercipta kepuasan tersendiri bagi para petani.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan terhadap kepuasan petani terhadap pupuk NPK dapat disimpulkan :

- 1) Kualitas produk secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.812) lebih besar dari ttabel (1.66) dengan propabilitas sig $0.003 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya.
- 2) Faktor emosional secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.905) lebih besar dari ttabel (1.66) dengan propabilitas sig $0.004 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara faktor emosional terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya.
- 3) Kemudahan secara parsial memiliki nilai t-hitung (2.862) lebih besar dari t-tabel (1.66) dengan propabilitas sig $0.004 < 0.05$ yang mempunyai arti adanya pengaruh signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya.
- 4) Dari hasil penelitian pengujian secara simultan dapat diketahui bahwa nilai Fhitung (13.030) lebih besar dari Ftabel (2.47) dengan probabilitas sig $0,000 < 0,05$ maka ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, faktor

emosional dan kemudahan terhadap kepuasan petani dalam menggunakan pupuk NPK bagi tanamannya.

5) Adjusted R Square sebesar 0,267 atau 26,7% dipengaruhi Kualitas Produk, Faktor Emosional dan Kemudahan. Sedangkan 73,3% dipengaruhi faktor lain yang belum diteliti Misalnya, Perilaku Produk, Jenis Produk, Biaya Produk dll.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti ini antara lain:

1. Bagi pihak perusahaan Gio Tani/pihak perusahaan , disarankan untuk memperbaiki Kualitas produk yang dipasarkan, agar hasil produksi petani lebih baik.
2. Untuk produsen pupuk NPK disarankan lebih teliti lagi dalam memproduksi jenis-jenis pupuk, agar tercipta rasa kepercayaan dari para petani yang menggunakan pupuk NPK pada tanamannya.
3. Untuk pihak penjual pupuk NPK disarankan untuk tetap menjaga ketersediaan barang dagangnya, agar para petani terus merasa mudah untuk mendapatkan pupuk NPK sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.
4. Dengan adanya kualitas pupuk yang baik, faktor emosional para petani yang terjaga dan mudah mendapatkan pupuk tersebut, maka kepuasan petani akan meningkat, dimana hal tersebut juga dapat menguntungkan bagi pihak penjual pupuk NPK dan produsen Pupuk NPK dalam menghasilkan laba.

5. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini agar hasil yang didapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdiyanto, et al.2023. The development economic growth for sustainable development with augmented dickey fuller (empirical study for neoclassical economic growth from solow and swan). *Kurdish Studies*, 11(2), pp. 3206-3214
- Cynthia, E.P. et al. 2022. Convolutional Neural Network and Deep Learning Approach for Image Detection and Identification. *Journal of Physics: Conference Series*, 2394 012019, pp. 1-6
- Cynthia, E. P., Rahadjeng, I. R., Karyadiputra, E., Rahman, F. Y., Windarto, A. P., Limbong, M., ... & Yarmani, Y. (2021, June). Application of K-Medoids Cluster Result with Particle Swarm Optimization (PSO) in Toddler Measles Immunization Cases. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1933, No. 1, p. 012036). IOP Publishing.
- Davis. (2010). *Terjemahan Agus Dharma. Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta : Erlangga.
- Daryanto (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*.Cetakan I, Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fandy.(2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Hartono, (2012). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran Untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Haryadi, D.,(2015). Pengaruh Pemberian Beberapa Jenis Pupuk terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Kailan (*Brassica alboglabra L.*). *Jom Faperta*, 2(2), 99–102.
- Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Irawan, H. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.
- _____, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- _____, H. (2012). *Indonesian Costumer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*, PT Alex Media Komputindo, Jakarta

- Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Amstrong. (2004). *Dasar - Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jakarta: Gramedia
- _____, Philip. (2001), *Marketing Manajement*, New York: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2013). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall, New Jersey
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metode Penelitian: Proses Penelitian Praktis*. Bandung; Cipta Pustaka Media.
- Nasib, N., Azhmy, M. F., Nabella, S. D., Rusiadi, R., & Fadli, A. (2022). Survive Amidst the Competition of Private Universities by Maximizing Brand Image and Interest in Studying. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3317-3328.
- Nasution, L. N., Suhendi, S., Rusiadi, R., Rangkuty, D. M., & Abdiyanto, A. (2022). Covid-19 Pandemic: Impact on Economic Stability In 8-Em Muslim Countries. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 336-352.
- NASUTION, L. N., RUSIADI, A. N., & PUTRI, D. 2022. IMPACT OF MONETARY POLICY ON POVERTY LEVELS IN FIVE ASEAN COUNTRIES.
- Nasution, L. N., Rangkuty, D. M., & Putra, S. M. (2024). The Digital Payment System: How Does It Impact Indonesia's Poverty?. *ABAC Journal*, 44(3), 228-242.
- Nasution, L. N., Sadalia, I., & Ruslan, D. (2022). Investigation of Financial Inclusion, Financial Technology, Economic Fundamentals, and Poverty Alleviation in ASEAN-5: Using SUR Model. *ABAC Journal*, 42(3), 132-147.
- Purba, R., Umar, H., Siregar, O. K., & Aulia, F. (2023). Supervision of Village Financial Management: will it be in Parallel with the Development of Village Officials?(a Study of North Sumatra Province). *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e1930-e1930.

- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran: Dalam Kompetisi Global*. Medan: Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,(2012), *Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas* . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Rangkuty, D. M., & Hidayat, M. (2021). Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), 85-93.
- Rusiadi, N. S. (2023). Modeling the Impact of Tourism Brand Love and Brand Trust on Increasing Tourist Revisit Intention: An Empirical Study. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 399-415.
- RUSIADI, S., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). DYNAMIC RATIONAL EXPECTATIONS MODEL AND COVID-19 ON MONEY DEMAND IN CARISI COUNTRIES.
- Rusiadi, Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.
- Ruslan, D., Tanjung, A. A., Lubis, I., Siregar, K. H., & Pratama, I. (2023). Monetary Policy in Indonesia: Dynamics of Inflation, Credibility Index and Output Stability Post Covid 19: New Keynesian Small Macroeconomics Approach. *Cuadernos de economía*, 46(130), 21-30.
- SUHENDI, RUSIADI., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). POST-COVID-19 ECONOMIC STABILITY CHANGES IN NINE COUNTRIES OF ASIA PACIFIC ECONOMIC COOPERATION.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Saragih, dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. USU Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE
- _____, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- _____, F. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi. Tjiptono,
- _____, F. (2018). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*.Edisi 3

Widarman, A., Rahadjeng, I. R., Susilowati, I. H., Sahara, S., & Daulay, M. T. (2022, December). Analytical Hierarchy Process Algorithm for Define of Water Meter. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 2394, No. 1, p. 012030). IOP Publishing.

Jurnal :

Aladwani, A. M. (2002). *The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites*. *European Journal of Information Systems*, 11(3), 223-234. Retrieved October 6, 2016, from <https://www.researchgate.net/c/oemcbc/javascript/lib/pdfjs/build/pdf.worker.js>

Amelia, P. (2017). Pengukuran Loading Rate Nitrogen dan Fosfor serta Pemetaan Pola Penggunaan Pupuk pada Sawah di Desa Kesongo, Kabupaten Semarang.

Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>

Aulia dan Hidayat. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. Surabaya.

Beladin dan Dwiyanto. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Sepeda Motor Yamaha, Semarang : Universitas, Diponegoro.

Dasumiati. (2015). Optimalisasi Penggunaan Pupuk Kompos dengan Penambahan Effective Microorganism 10 (EM10) pada Produktivitas Tanaman Jagung (*Zea mays* L.), 8(2), 77–87

Dalame dan Rustman. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelabuhan Batu Ampar, Batam.

Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>

- Fahmi, A.,(2010). Pengaruh Interaksi Hara Nitrogen dan Fosfor terhadap Pertumbuhan Tanaman Jagung (*Zea Mays L.*) pada Tanah Regosol dan Latosol. *Berita Biologi*, pp. 297–304.
<https://doi.org/10.14203/beritabiologi.v10i3.744>
- Gamma, dkk. (2016). Analisis kepuasan petani terhadap Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penggunaan Pupuk Organik Pada Tanaman Padi, Bogor 16143.
- Kurniawan. (2015). Pengaruh Kuallitas Layanan dan Kualitas Makanan Pada Kepuasan Loyalitas Dimediasi. Surabaya.
- Marlina. (2020). Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membeli Smartphone. Bandung.
- Oktarini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek, Tangerang
- Prayoga dan Batubara. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah, Kisaran : Universitas Asahan
- Prasetya dan Patrikha. (2020). Pengaruh Citra Merek GO-JEK dan Promosi GOJEK Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna GO-JEK, Surabaya.
- Pratama. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Karanganyar, Jawa Tengah
- Windarti dan Ibrahim. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu pada CV Donat Madu, Pekanbaru