

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan
terhadap Kepuasan Konsumen Benih Padi
Produksi BPTP Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul**

Doni Hermawan Dwi Yulianto
Institut Teknologi Keling Kumang
donih824@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi BPTP Balai Benih Pertanian Barongan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei yang di dalamnya dilakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada. Penentuan lokasi dengan metode *purposive*, yaitu suatu penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan atas pertimbangan BPTP BBP Kabupaten Bantul, yang merupakan penyedia benih bermutu dan berkualitas, juga sebagai institusi pemerintah yang bergerak dalam memajukan kesejahteraan petani, terutama di Kabupaten Bantul. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji f, dan uji t. Responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang dipilih melalui *insidental sampling*. Interpretasi hasil analisis menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Hasil penelitian menunjukkan signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kepuasan, Konsumen, Pelayanan, Produk

Abstract

This study aims to analyze the effect of the product quality, the price, and the service quality towards the consumer satisfaction of the rice seeds produced by BPTP Balai Benih Pertanian (The Agricultural Technology Research Center for Seeds) Barongan. This quantitative research uses a survey method in which an investigation is carried out to obtain the facts from the existing symptoms. The determination of the location used the purposive method, a deliberate determination of the research location based on the considerations of BPTP BBP Bantul Regency, which provides excellent and qualified seeds, as well as a government institution which engages in advancing the welfare of peasants, especially in Bantul Regency. The types of data used are primary data and secondary data. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation, while the data analysis techniques used descriptive analysis, multiple linear regression analysis, f test, and t test. The respondents were

40 people who were selected through incidental sampling. The interpretation of the analysis results shows 95% confidence level. The results showed the significance of the effect of price on consumer satisfaction.

Key words: *Price, Satisfaction, Consumer, Service, Product*

Pendahuluan

Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul merupakan balai penyedia benih padi bersertifikat di Kabupaten Bantul, yang berada di naungan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Bantul. Penyaluran atau distribusi benih padi unggul sampai ke tangan konsumen sesuai dengan prinsip 6T, yaitu tepat waktu, tepat jumlah, tepat jenis, tepat tempat, tepat harga, dan tepat mutu (Hidayati, 2011).

Seiring semakin banyaknya petani atau kelompok tani yang melakukan penangkaran benih padi secara mandiri, secara tidak langsung menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam menarik konsumen supaya tertarik membeli produknya. Hal ini mendorong UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul mengambil beberapa langkah, yaitu dengan: 1) menjamin kualitas produk; 2) memberikan harga murah; dan 3) memberikan pelayanan yang maksimal.

Kualitas benih padi yang diproduksi oleh UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul ini telah memiliki sertifikasi sehingga benih yang dihasilkan benar-benar teruji kualitasnya. Hal ini karena benih-benih yang diproduksi dihasilkan dari para penangkar benih yang sudah berpengalaman di bidang pembenihan sehingga tingkat kemurnian yang didapat sudah mencakup standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah, terutama dinas pertanian.

Harga benih yang dijual di UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul lebih murah dibandingkan penjual benih lainnya karena balai benih pertanian sebagai salah satu naungan dinas pertanian, yang prinsipnya memajukan kemakmuran petani. UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul tidak mencari keuntungan yang besar dalam penjualan melainkan mencukupi tersedianya kebutuhan benih bagi petani.

UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul sendiri juga memberikan pendampingan dan pelayanan kepada para petani dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penggunaan benih padi yang berkualitas. Hal ini berkaitan dengan tingkat produksi yang akan dihasilkan nantinya.

Tinjauan Pustaka

Kepuasan konsumen

Menurut Kotler (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bagi perusahaan yang berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran.

Terdapat beberapa definisi mengenai kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh para ahli. Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2016) menyebutkan, bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respons konsumen terhadap evaluasi ketidakesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang harus diperhatikan perusahaan menurut Hasan (2014), antara lain :

1. *Expectation* (harapan) adalah dimensi kepuasan konsumen yang menunjukkan kesesuaian produk dan jasa yang ditawarkan dengan pengharapan pelanggan, sebagaimana yang dipersepsikan oleh pelanggan.
2. *Performance* (kinerja) adalah dimensi kepuasan konsumen yang menunjukkan paket nilai produk yang dapat dinikmati pelanggan sebagai sesuatu yang unggul dibandingkan pesaing.
3. *Experience* (pengalaman) adalah dimensi yang menunjukkan kepuasan konsumen selama menjalin hubungan dengan perusahaan.

Kualitas produk

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan *output* atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya, saat membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk. Akan tetapi, konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Oleh karena itu, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci

persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut ini merupakan pengertian kualitas produk menurut para ahli:

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016), pengertian kualitas adalah sebagai berikut, "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*".

Menurut Alexander Gavin yang diterjemahkan oleh Durianto (2004, p38) konsep produk, produsen dalam memasarkan produk harus berpikir melalui tahap dimensi, yaitu :

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Feature* (Fitur)
4. *Durability* (Keawetan)
5. *Conformance* (Konsistensi)

Harga

Harga menurut Kotler (2016) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai.

Menurut Mamang (2013), harga merupakan salah satu atribut yang paling penting yang dievaluasi oleh konsumen. Pada kondisi tertentu, konsumen sangat sensitif terhadap harga sehingga harga suatu produk yang relatif tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen.

Berikut adalah dimensi harga yang dikemukakan oleh Stanton (1998):

- a. Keterjangkauan harga adalah harga dari suatu produk yang tertulis pada produk yang harus dibayar oleh konsumen.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk adalah penilaian konsumen akan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dikonsumsi.
- c. Persaingan harga adalah penilaian pelanggan akan harga produk yang dikonsumsi dengan harga produk lain yang sejenis.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat adalah penilaian pelanggan akan harga yang sesuai dengan manfaat produk yang dikonsumsi.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan, sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Tjiptono

(2016), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*).

Kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan konsumen. Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar dari pelayanan yang nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu. Adapun jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan nyata yang diterima oleh konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan tersebut bermutu. Apabila yang diterima sama dengan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan. Dengan demikian, *service quality* merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterima (Rangkuti, 2006).

Menurut Tjiptono (2016), ada lima dimensi pokok kualitas pelayanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- a. Bukti fisik (*Tangible*), berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik (gedung, warna, dekorasi, dan lain sebagainya), lokasi (jarak yang sulit dijangkau atau tidak), perlengkapan, dan peralatan yang dipergunakan (teknologi).
- b. Keandalan (*Reability*), berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu dan pelayanan yang sama untuk semua konsumen.
- c. Daya tangkap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan informasi yang jelas. Dimensi ini menekankan pada perilaku personal yang memberikan pelayanan untuk memperhatikan permintaan, pertanyaan, dan keerratan dari para konsumen.
- d. Jaminan (*Assurance*), berkaitan dengan kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.
- e. Empati (*Empathy*), menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu yang meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009).

Teknik pelaksanaan dari penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data guna mendeskripsikan sikap, pendapat, perilaku atau ciri khusus populasi (Creswell, 2015)

Penelitian ini merupakan penelitian yang melukiskan suatu obyek, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen benih produksi UPT BBP Kabupaten Bantul. Penelitian dilakukan selama satu bulan pada bulan April tahun 2020 di UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Peneliti melakukan prasuvei di UPT Balai Benih Pertanian Bantul dan mengamati proses transaksi dan komunikasi yang terjadi secara langsung kemudian berupaya membuat sebuah kesimpulan.

Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan dengan tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan media telekomunikasi. Dalam hal ini, peneliti datang dan melakukan wawancara secara langsung kepada pimpinan UPT Balai Benih Pertanian Bantul dan beberapa konsumen untuk mendapatkan informasi

Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dapat memberikan keterangan atau bukti yang akurat dalam proses pengumpulan data, baik berupa buku laporan dan bukti dokumentasi foto.

HASIL
Karakteristik Responden

Tabel 1.1 Penggolongan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	87,5
2	Perempuan	5	12,5
Jumlah		40	100

Tabel 1.2 Penggolongan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	16	40
2	SMP	11	27,5
3	SMA	8	20
4	D3	1	2,5
5	S1	4	10
Jumlah		40	100

Sumber : data primer diolah 2020

Tabel 1.3 Penggolongan Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	24	60
2	Pedagang	5	12,5
3	PNS	3	7,5
4	Seniman	2	5
5	Arsitek	1	2,5
6	Tukang	2	5
7	TNI	1	2,5
8	Ibu rumah tangga	2	5
Jumlah		40	100

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.4 Penggolongan Konsumen Berdasarkan Lama Pembelian

No	Lama pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-5 Tahun	18	45
2	6-10 Tahun	7	17,5
3	11-15 Tahun	6	15
4	16-20 Tahun	9	22,5
Jumlah		40	100

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.5 Penggolongan Konsumen Berdasarkan Jarak rumah ke UPT

No	Jarak (KM)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-5 KM	21	52,5
2	6-10 KM	14	35
3	11-15 KM	3	7,5
4	16-20 KM	1	2,5
5	>20 KM	1	2,5
Jumlah		40	100

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Skor Rerata	Skor Maksimal	Persentase (%)
1	Benih padi memiliki daya tumbuh tinggi.	3,83	5	76,60
2	Benih padi memiliki kadar air optimal.	3,93	5	78,60
3	Benih padi terjamin kemurniannya.	3,90	5	78,00
4	Produk benih padi memiliki warna yang cerah.	3,85	5	77,00
5	Benih padi memiliki bentuk yang seragam.	3,85	5	77,00
6	Saya percaya benih padi lebih awet atau tahan lama	3,60	5	72,00
7	Benih padi bersih dari kotoran	3,75	5	75,00
8	Saya merasa benih padi terjamin konsisten atau sama dengan standar yang ditetapkan.	3,65	5	73,00
Jumlah		30,36	40	75,90

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.7 Deskripsi Variabel Harga Produk

No	Pernyataan	Skor Rerata	Skor Maksimal	Persentase (%)
1	Saya merasa harga terjangkau dengan daya beli konsumen	4,00	5	80
2	Saya merasa harga sesuai dengan kualitas benih yang kita dapatkan	4,08	5	81,6
3	Saya merasa harga lebih kompetitif (murah).	4,23	5	84,6
4	Saya merasa harga sesuai dengan manfaat (aman dibudidayakan)	3,88	5	77,6
Jumlah		16,18	20	80,95

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.8 Deskripsi Variabel Kualitas pelayanan

No	Pernyataan	Skor Rerata	Skor Maksimal	Persentase (%)
1	Menurut saya gedung atau ruangan sudah tertata dengan nyaman	3,55	5	71,00
2	Menurut saya, lokasi UTP BBP mudah dijangkau	3,80	5	76,00
3	Saya merasa penggunaan teknologi yang digunakan sudah modern	4,15	5	83,00
4	Saya merasa pelayanan yang diberikan tepat waktu	4,10	5	82,00
5	Saya merasa pelayanan sudah adil bagi konsumen	3,98	5	79,60
6	Saya merasa para staf selalu tanggap terhadap setiap permintaan konsumen	3,83	5	76,60
7	Saya merasa para staf selalu memberikan pelayanan dengan memberikan informasi yang jelas	3,90	5	78,00
8	Saya merasa para staf selalu memberikan jaminan kepercayaan terhadap pengetahuan bagi konsumen	3,88	5	77,60
9	Saya merasa pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen	3,83	5	76,60
Jumlah		35,02	45	77,83

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 1.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Skor Rerata	Skor Maksimal	Persentase (%)
1	Saya merasa puas dengan produk benih padi yang dihasilkan UTP BBP Bantul sudah sesuai dengan harapan yang saya inginkan.	4,28	5	85,6
2	Saya merasa puas dengan produk benih padi yang dihasilkan UTP BBP lebih unggul dengan produk benih lainnya	4,45	5	89
3	Saya merasa puas selama menjalin kerjasama dengan UTP BBP Bantul	4,38	5	87,6
Jumlah		13,99	40	87,4

Sumber: data primer diolah 2020

Analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui besarnya pengaruh parsial variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 1.10 berikut ini:

Tabel 1.10 Pengaruh parsial variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	t_{sig}	Keputusan
Kualitas produk	0,671	2,366	0,023	Signifikan
Harga	0,626	5,534	0,000	Signifikan
Kualitas pelayanan	0,463	2,276	0,029	Signifikan
$\alpha = 5\%$ Adjusted $R^2 = 0,660$ $F_{hitung} = 26.202$ $P = 0,000$				

Sumber : data primer diolah 2020

Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan keseluruhan di bawah 0,05 sehingga ketiga variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji *Adjusted R²* (Koefisien Determinasi)

Uji *Adjusted R²* digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan variabel independen dalam model. Model dianggap baik apabila koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sama dengan atau mendekati 1. Semakin besar nilai *Adjusted R²*, semakin baik kualitas model karena semakin dapat menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen dan dependen.

Dari hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,660. Hasil ini menunjukkan bahwa 66% kepuasan konsumen dipengaruhi variabel-variabel di dalam model yang meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 34 % dipengaruhi variabel-variabel lain di luar model.

Uji F

Uji-F dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi seluruh prediktor (variabel independen) di dalam model secara bersama-sama (simultan). Jadi, menguji signifikan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan:

$H_0: b_1=b_2=b_3=0$

$H_a: \text{paling tidak ada satu } b_i \neq 0$

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 5.11, uji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, dengan F statistik diperoleh F_{hitung} sebesar 26.202 dan nilai probabilitas F (sig F) = 0,000. Pada taraf signifikansi 0,05 dan nilai probabilitas $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel

kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri atau individual (parsial) terhadap variabel dependen. Jadi, menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

H_a : Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil perhitungan pada tabel 5.11, diperoleh koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,671 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 2,366 dan nilai probabilitas t ($\text{sig } t$) = 0,023. Pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

H_0 : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

H_a : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan pada tabel 5.11, diperoleh koefisien regresi harga sebesar 0,626 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 5,534 dan nilai probabilitas t ($\text{sig } t$) = 0,000. Pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil perhitungan pada tabel 5.11, diperoleh koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,463 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 2,276 dan nilai probabilitas t ($\text{sig } t$) = 0,029, pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

PEMBAHASAN

Schiffman dan Kanuk (2008), mengatakan bahwa konsumen akan puas bila kinerja produk melebihi harapan. Konsumen mungkin awalnya akan merasa pesimis dan kurang percaya benih padi dengan harga yang murah. Dalam benak mereka, awalnya bertanya-tanya bagaimana produksi hasil yang mereka dapatkan. Namun, mereka berani mencoba, toh nilai yang harus mereka bayar lebih murah dengan benih padi lainnya. Dalam kenyataannya, setelah menanam benih tersebut konsumen merasa puas dengan hasil produksi yang mereka dapatkan. Selain itu, juga adanya kepercayaan konsumen sehingga menyampaikan kepada konsumen lain untuk membeli benih di tempat tersebut.

Rangkuti (2006) mengatakan, bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan konsumen. Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar dari pelayanan nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu. Adapun jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan yang nyata diterima oleh konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan tersebut bermutu. Apabila yang diterima sama dengan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan. Dengan demikian, *service quality*

merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

Pada penerapannya, UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul selalu menerapkan sikap dan perilaku pelayanan (*Tabuh, Lungguh, Suguh, Rengkuh*), yaitu: (1) bersikap hormat dan ramah; (2) mempergunakan tutur kata yang baik dan sopan; (3) memberikan senyuman tercipta suasana nyaman; (4) Jujur dan menjaga perasaan pelanggan; dan (5) selalu siap membantu pelanggan. Dengan memperhatikan hal-hal di atas, maka akan terjadi suatu hubungan yang erat antara UPT dengan konsumen. Terbukti dari banyaknya petani yang setia untuk membeli benih di UPT Balai Benih Pertanian, bahkan menyampaikan ke pihak lain untuk mengajak membeli benih di UPT.

Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan angka koefisien determinasi ($R_{adjusted}$) sebesar 0,660, yang berarti bahwa 66% variasi pada variabel kepuasan konsumen mampu diterangkan. Variabel-variabel dalam model yang meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya, yaitu sebesar 34%, yang dipengaruhi variabel-variabel lain di luar model.

Berdasarkan tabel 5.11, uji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, dengan F statistik diperoleh F_{hitung} sebesar 26.202 dan nilai probabilitas F (sig F) = 0,000, pada taraf signifikansi 0,05 dan nilai probabilitas $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5.11 diperoleh koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,671 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 2,366 dan nilai probabilitas t (sig t) = 0,023, pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Hasil perhitungan pada tabel 5.11 diperoleh koefisien regresi harga sebesar 0,626 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 5,534 dan nilai probabilitas t (sig t) = 0,000, pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Dari hasil perhitungan pada tabel 5.11, diperoleh koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,463 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 2,276 dan nilai probabilitas t ($\text{sig } t$) = 0,029, pada taraf signifikan 0,05 dan nilai probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi, disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Kesimpulan

Hasil dari penelitian analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.
3. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi UPT Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul.

Daftar pustaka

Creswell, 2015. *Riset Pendidikan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hasan, A. 2014. *Marketing*, Yogyakarta: Media Utama

Hidayati, Latifa Nur. 2011. *Partisipasi Petani dalam Kegiatan Pengadaan Benih Padi Wilayah Kerja Balai Benih Pertanian Barongan Kabupaten Bantul* (Skripsi) Universitas Gajah Mada.

Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Kotler dan Kevin Lana Keller. 2016. *Marketing Managemen*, Edisi 14, New Jersey: Perentice-Hall published.

_____. dan Armstrong 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelyth edition*. England: Person Education.Inc.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi XIII Jilid 1*. Terjemahan oleh Bob Sabran. PT Gelora Aksara Pratama; Jakarta.

Mamang, S, Etta. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Rangkuti. 2006. *Measuring Costomer Satisfacition*. Jakarta: PT. Gramedia

Stanton, Wiliam J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 1999. *Strategi Pemasaran. Edisi Revisi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

_____, F, dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.