

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP PEMBELIAN BENIH JAGUNG  
(Studi Kasus Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan)**

**SKRIPSI**



**MUJIATI**

**NIM : 201569070012**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2019**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Dan *Brand Image* Terhadap  
Pembelian Benih Jagung (Studi Kasus Kecamatan Purwosari  
Pasuruan)

Disusun oleh : Mujiati

NIM : 201569070012

Program studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui

Pasuruan, 23 Juli 2019

Mengetahui ,

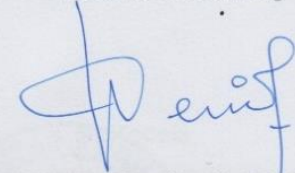
Kepala Program Studi Agribisnis



(Muh Umhatul Fuad, SP.,M.Agr)  
NIP.Y : 069110923

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



(Wenny Mamilianti, SP.,MP)  
NIP.Y : 069020213

**TANDA PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARAT PASURUAN , PADA :

Hari : Rabu

Tanggal : 30 Juli 2019

Jam : 13.30 WIB

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen Dan *Brand Image* Terhadap  
Pembelian Benih Jagung (Studi Kasus Kecamatan Purwosari  
Kabupaten Pasuruan)

**DINYATAKAN LULUS**

Penguji utama

(Wenny Mamilianti, SP.,MP)

NIP.Y : 069020213

Dosen Penguji I

(Desy Cahyaning Utami, SP.,MMA)

NIP.Y : 0691102026

Dosen Penguji II

(Idah Lumhatul Fuad, SP.,M.Agr)

NIP.Y : 0691109023

**MENGESAHKAN**



(Teguh Sarwo Aji, SP.,MMA)

NIP.Y : 0690202002



(Idah Lumhatul Fuad, SP.,M.Agr)

NIP.Y : 0691109023

## KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mujiati  
NIM : 201569070012  
Fakultas : Pertanian  
Program studi : Agribisnis  
Judul skripsi : Analisis Preferensi Konsumen Dan *Brand Image* Terhadap  
Pembelian Benih Jagung (Studi Kasus Kecamatan Purwosari  
Kabupaten Pasuruan)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 23 Juli 2019  
  
Mujiati)  
201569070012

## ABSTRACT

**Mujiati. 2019. Analysis of Consumer Preferences and Brand Image Of Corn Seed Purchase (Case Study Purwosari District of Pasuruan). Under the guidance of Wenny Mamilianti, SP., MP.**

---

Maize (*Zea mays* L.) is one commodity that is needed. Preferences fulfillment farmers will be the quality and quantity of production had a close and positive relationship in the supply of corn seeds required by farmers and become very influential to maintain the consistency and continuity of corn production. The problems of this study are (1) How the decision making process of consumers in the purchase of seed corn? (2) What is the attitude of consumers towards the attributes of corn seeds? (3) How consumer decisions in selecting maize seed by Brand? The aim of the research is: (1) Identify the decision-making process of consumers against corn seed (2) to analyze consumer attitudes to the attributes of corn seeds (3) to analyze consumer decisions in selecting maize seed by Brand.

Area of research conducted in the District Purwosari with sampling by accidental sampling method where the determination of the number of samples based on chance, methods of data analysis used to answer the first research purposes namely descriptive analysis and tabulation to determine the seed purchase decision-making process. for the purpose of the second study using Fishbein multiatribut analysis to determine the attitudes of consumers towards the attributes of corn, while the third goal to answer using logistic regression analysis to determine the factors that influence purchasing decisions on brand corn seed.

The result of this research is based on the characteristics of the largest percentage of respondents ranges consumers aged 41-50 years, male gender, primary school graduates, the work of farmers with an income of Rp. 500,000 - Rp. 1000.000. In the purchase decision-making process through which there are five stages namely the introduction of needs, information search, evaluation of alternatives, purchase decision and post-purchase behavior. Consumer attitudes toward the seed attributes seen from the importance level evaluation score is the most important attribute of resistance to pests and diseases namely (4.27), while the evaluation score is a confidence level of productivity that is (4.07), and the results of the analysis of consumer attitudes ratings multiatribut Fishbein is 125.184 categorized as normal because the value of 125.184 is between 87 to 125.4 = regular intervals. The decision of consumers to the brand shows that consumers assume that Pioneer corn seed brand preferred by consumers than any other brand which amounted to 43%. and factors that influence purchasing decisions based on brand pioneer corn seed that is variable productivity, price, brand and the ease of obtaining. while other variables namely age, education, pest and disease resistance, ability to grow not significantly affect purchasing decisions pioneer corn seed.

**Keywords:** Consumer Preferences, *Brand Image*, Purchase Decision, Seed Corn

## ABSTRAK

**Mujiati. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Dan *Brand Image* Terhadap Pembelian Benih Jagung (Studi Kasus Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan). Dibawah bimbingan Wenny Mamilianti,SP.,MP.**

---

Jagung (*Zea mays L.*) merupakan salah satu komoditi yang sangat dibutuhkan. Pemenuhan Preferensi petani akan kualitas dan kuantitas produksi memiliki hubungan erat dan positif dalam penyediaan benih jagung yang diminta oleh petani dan menjadi hal yang sangat berpengaruh untuk menjaga konsistensi dan kontinuitas produksi jagung. Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli benih jagung ? (2) Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut benih jagung ? (3) Bagaimana keputusan konsumen dalam memilih benih jagung berdasarkan *Brand*? Tujuan penelitian ini adalah : (1) Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen terhadap benih jagung (2) Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut benih jagung (3) Menganalisis keputusan konsumen dalam memilih benih jagung berdasarkan *Brand*.

Daerah penelitian dilakukan di Kecamatan Purwosari dengan pengambilan sampel berdasarkan metode *accidental sampling* dimana penentuan jumlah sampel berdasarkan kebetulan, metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama yakni analisis deskriptif dan tabulasi untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian benih. untuk tujuan penelitian yang kedua menggunakan analisis multiatribut Fishbein untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut benih jagung, sedangkan untuk menjawab tujuan yang ketiga menggunakan analisis regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian benih jagung terhadap *brand*.

Hasil penelitian ini berdasarkan karakteristik responden persentase terbesar konsumen berusia rentang 41-50 tahun, jenis kelamin laki-laki, lulusan Sekolah Dasar, pekerjaan petani dengan pendapatan Rp. 500.000 – Rp. 1000.000. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian ada lima tahap yang dilalui yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sikap konsumen terhadap atribut benih dilihat dari skor evaluasi tingkat kepentingan atribut yang paling penting adalah ketahanan hama dan penyakit yakni (4,27), sedangkan skor evaluasi tingkat kepercayaan adalah produktivitas yakni (4,07), dan hasil analisis multiatribut Fishbein penilaian sikap konsumen adalah 125,184 termasuk kategori biasa karena nilai 125,184 berada diantara interval 87-125,4 = biasa. Keputusan konsumen terhadap *brand* menunjukkan bahwa konsumen menganggap bahwa *brand* benih jagung Pioneer lebih disukai oleh konsumen dari pada *brand* yang lain yakni sebesar 43%. dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian benih jagung berdasarkan *brand* pioneer yakni variabel produktivitas, harga, *brand* serta kemudahan memperoleh. sedangkan variabel yang lain yakni variabel umur, pendidikan, ketahanan hama dan penyakit, daya tumbuh tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian benih jagung pioneer.

**Kata Kunci** : Preferensi Konsumen, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Benih Jagung

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benerang.

Dalam kesempatan ini, penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP PEMBELIAN BENIH JAGUNG (Studi Kasus Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan)“, sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan, maka dari itu penulis mengharapkan kritikan dari pembaca yang bersifat membangun.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, bantuan, serta pengorbanan baik dari segi material maupun segi moril kepada penulis. sehubungan dengan hal itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Terutama Ayah dan Ibuku atas do'a dan seluruh perhatiannya terhadap penulis.
2. Bapak Teguh Sarwo Aji, SP.,MMA selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Idah Lumhatul Fuad, SP.,M.Agr selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Ibu Wenny Mamilianti, SP.,MP selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, dan member saran serta solusi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Warga Pasuruan khususnya Wilayah Purwosari yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
6. Semua teman-teman yang telah membantu dan member motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga skripsi yang penulis kerjakan ini mendapat ridho Alla SWT. Dan diharapkan skripsi ini dapat berguna bagi penulis serta bagi para pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan. Amiin.

Pasuruan, 23 Juli 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Tanda Persetujuan Skripsi.....	ii
Tanda Pengesahan .....	iii
Keaslian Penelitian .....	iv
Abstract .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Pengertian Benih .....	5
2.2. Karakteristik Jagung .....	6
2.3. Perilaku Konsumen.....	6
2.4. Keputusan Pembelian.....	7
2.5. Proses Keputusan Pembelian .....	8
2.6. Preferensi Konsumen .....	10
2.7. Atribut Produk.....	13

2.8. Brand image .....	15
2.8.1. Manfaat Brand .....	17
2.9. Faktor yang mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.9.1. Faktor Budaya .....	17
2.9.2. Faktor Sosial .....	18
2.9.3. Faktor Pribadi .....	18
2.9.4. Faktor Sosiologi .....	19
2.10. Penelitian Terdahulu .....	21
2.11. Kerangka Pemikiran.....	23

**BAB III METODE PENELITIAN..... 24**

3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	24
3.2. Jenis Dan Sumber Data .....	24
3.3. Metode Pengambilan Sampel .....	24
3.4. Metode Analisis Data .....	25
3.4.1. Analisis Deskriptif.....	26
3.4.2. Analisis Multiatribut Fisbein.....	27
3.4.3. Analisis Logit.....	28
3.5. Batasan Masalah .....	29
3.6. Definisi Operasional.....	29

**BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 31**

4.1. Karakteristik Lokasi Penelitian .....	31
4.1.1. Letak Geografis Kota Pasuruan .....	31
4.1.2. Jumlah Penduduk .....	32
4.1.3. Ketenagakerjaan.....	33
4.2. Karakterik Responden .....	33

4.2.1. Usia .....	33
4.2.2. Jenis Kelamin .....	34
4.2.3. Pekerjaan .....	34
4.2.4. Pendidikan .....	35
4.2.5. Pendapatan .....	36
4.3. Proses Pengambilan Keputusan .....	37
4.3.1. Pengenalan Kebutuhan .....	38
4.3.2. Pencarian Informasi .....	39
4.3.3. Evaluasi Alternatif .....	40
4.3.4. Keputusan Pembelian .....	41
4.3.5. Perilaku Pasca Pembelian .....	42
4.4. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Benih Jagung .....	43
4.4.1. Uji koesioner .....	43
4.4.2. Model multiatribut Fisbein .....	45
4.4.2.1. Analisis Tingkat Kepentingan .....	46
4.4.2.2. analisis tingkat kepercayaan .....	48
4.5. Keputusan Konsumen .....	51
4.4.1. Preferensi Konsumen Terhadap Brand .....	52
4.4.2. Fakto-Faktor Yang Keputusan Pembelian .....	53
4.4.3. Hasil Analisis .....	54
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala pengukuran Likert .....	25
Tabel 2. Jumlah Penduduk Kabupaten Pasuruan .....	32
Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4. Ketenagakerjaan.....	33
Tabel 5. Motivasi Konsumen Dalam Memilih Benih Jagung.....	39
Tabel 6. Sumber Informasi Benih Jagung .....	40
Tabel 7. Atribut Benih Jagung.....	41
Tabel 8 Keputusan Pembelian Benih Jagung .....	42
Tabel 9 Proses Evaluasi Pembelian Benih Jagung .....	43
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan .....	44
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan .....	45
Tabel 12. Tingkat Kepentingan ( $E_i$ ) .....	47
Tabel 13. Tingkat Kepercayaan ( $B_i$ ) .....	49
Tabel 14. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fihbein .....	50
Tabel 15. Brand Yang Dipilih Oleh Konsumen .....	52
Tabel 16. Hasil Analisis Logistik.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan .....	8
Gambar 2. <i>Model Hierarchy Of Effect</i> .....	11
Gambar 3. Kerangka ekuisitas merek berbasis konsumen .....	16
Gambar 4. Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 5. Karakteristik konsumen berdasarkan usia .....	34
Gambar 6. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan .....	35
Gambar 7. Karakteristik konsumen berdasarkan pendidikan .....	36
Gambar 8. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan .....	37
Gambar 9. Flowcart proses pengambilan keputusan .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1. Hasil Uji Validitas dan Realibitas Kuesioner .....	65
Gambar 2. Kuesioner Survei .....	67

