



**ANALISIS VARIABEL BAURAN PEMASARAN PRODUK
FUNGISIDA KUPROXAT 345 SC YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PETANI
DI KECAMATAN AMBULU DAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

*ANALYSIS OF PRODUCT MARKETING MIX VARIABLES
345 SC FUNGICIDE KUPROXAT AFFECTING
PURCHASE DECISION AND SATISFACTION FARMERS
IN THE DISTRICT AREA AMBULU AND WULUHAN
DISTRICT JEMBER*

TESIS

Oleh :

RATNA WILIS
NIM 090820101046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS VARIABEL BAURAN PEMASARAN PRODUK
FUNGISIDA KUPROXAT 345 SC YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PETANI
DI KECAMATAN AMBULU DAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

*ANALYSIS OF PRODUCT MARKETING MIX VARIABLES
345 SC FUNGICIDE KUPROXAT AFFECTING
PURCHASE DECISION AND SATISFACTION FARMERS
IN THE DISTRICT AREA AMBULU AND WULUHAN
DISTRICT JEMBER*

TESIS

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (S2) dan
mencapai Gelar Magister Manajemen**

**Oleh :
RATNA WILIS
NIM 090820101046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS VARIABEL BAURAN PEMASARAN PRODUK
FUNGISIDA KUPROXAT 345 SC YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PETANI
DI KECAMATAN AMBULU DAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

*ANALYSIS OF PRODUCT MARKETING MIX VARIABLES
345 SC FUNGICIDE KUPROXAT AFFECTING
PURCHASE DECISION AND SATISFACTION FARMERS
IN THE DISTRICT AREA AMBULU AND WULUHAN
DISTRICT JEMBER*

**TESIS INI DISERAHKAN KEPADA PASCARJANA UNTUK MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR**

MAGISTER MANAJEMEN

Oleh :
RATNA WILIS
NIM 090820101046

Pembimbing Tesis
Dr. Handriyono, S.E., M.Si
Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si

**MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

**TESIS ATAS NAMA : RATNA WILIS (NIM : 090820101046) DENGAN
JUDUL : ANALISIS VARIABEL BAURAN PEMASARAN PRODUK
FUNGISIDA KUPROXAT 345 SC YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PETANI
DI KECAMATAN AMBULU DAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

**TELAH DISETUJUI
Tanggal, 14 Oktober 2011**

Dosen Pembimbing Utama

**Dr. Handriyono, S.E.,M.Si.
(NIP : 196208021990021001)**

Dosen Pembimbing Anggota

**Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si.
(NIP : 196102091986031001)**

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Magister Manajemen

**Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM
(NIP : 196004131986031002)**

PENGESAHAN

Tesis berjudul “Analisis Variabel Bauran Pemasaran Produk Fungisida Kuproxat 345 SC Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Petani Di Kecamatan Ambulu dan Wuluhan Kabupaten Jember” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 14 Oktober 2011

Tempat : Gedung Pascasarjana Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM

NIP. 19600413 198603 1 002

Anggota I

Anggota II

Dr. Handriyono, S.E.,M.Si.

NIP. 19620802 199002 1 001

Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si.

NIP. 19610209 198603 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM

NIP. 19600413 198603 1 002

Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Dekan Fakultas Ekonomi,

Prof. Dr. H. M. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ratna Wilis

NIM : 090820101046

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul : “Analisis Variabel Bauran Pemasaran Produk Fungisida Kuproxat 345 SC Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Petani Di Kecamatan Ambulu dan Wuluhan Kabupaten Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Oktober 2011

Yang Menyatakan,

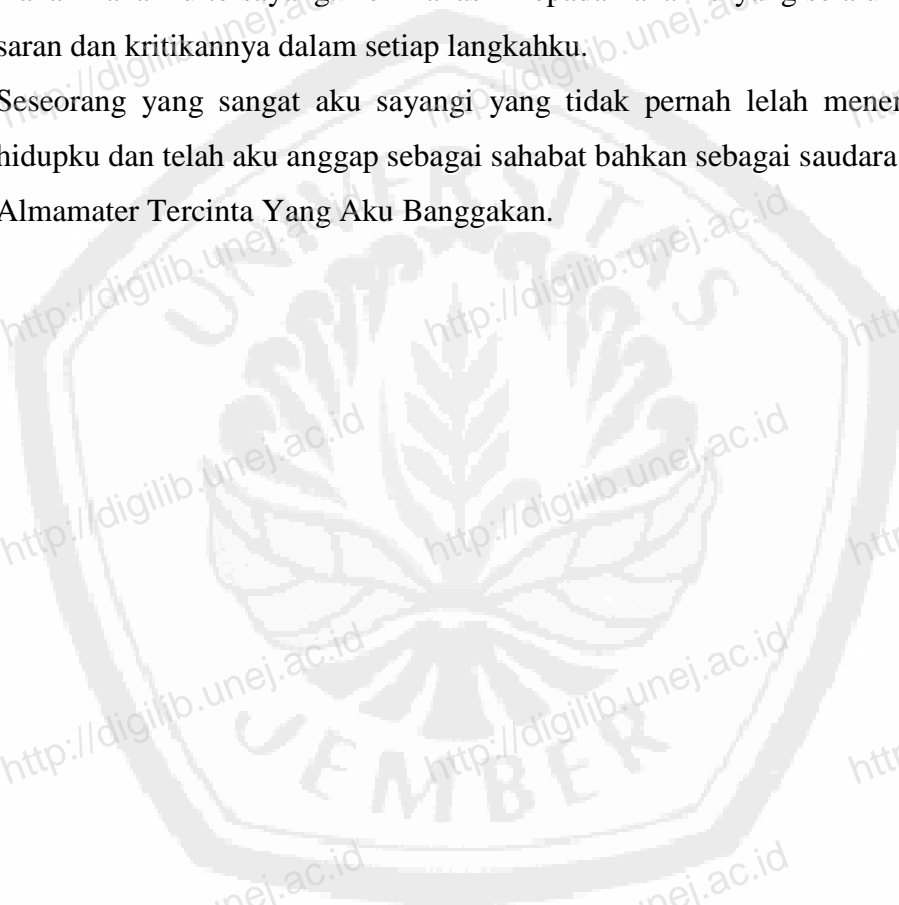
Ratna Wilis

NIM 090820101046

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk :

1. Almarhum ayahku tercinta. Terimakasih kepada bundaku yang selalu mendukungku berupa do'a, nasehat, dan perhatian.
2. Kakak-kakakku tersayang. Terimakasih kepada kakakku yang selalu memberikan saran dan kritiknya dalam setiap langkahku.
3. Seseorang yang sangat aku sayangi yang tidak pernah lelah menemani dalam hidupku dan telah aku anggap sebagai sahabat bahkan sebagai saudara.
4. Almamater Tercinta Yang Aku Banggakan.



MOTTO

“Guru terbesar adalah pengalaman, keberanian terbesar adalah kesabaran, kesalahan terbesar adalah putus asa, dosa terbesar adalah takut, kebanggaan terbesar adalah kepercayaan, pemberian terbesar adalah partisipasi, modal terbesar adalah percaya diri, rahasia terbesar adalah kematian”.

(Ali Bin Abu Thalib)

“Dan bahwa setiap pengalaman mestilah dimasukkan ke dalam kehidupan untuk memperkaya kehidupan itu, karena tiada kata akhir untuk belajar seperti juga tiada akhir untuk kehidupan. Dan tugas paling sulit dalam hidup adalah belajar untuk sabar”.

(Annemarie Schimel)

“Mencari ilmu adalah ibadah.

Dibutuhkan karya untuk mencapai haqekat suatu ilmu, maka jangan pernah lelah untuk berkarya karena Tuhan tidak pernah lelah berkarya untuk kita”.

ABSTRAK

Dalam strategi pemasaran, terdapat strategi bauran pemasaran yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju. Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen akan tercipta, jika pemasar mampu memenuhi harapan yang dimiliki oleh para konsumennya. Salah satu alternatif yang dapat digunakan pemasar dalam upaya mempengaruhi keputusan pembelian dan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya adalah menggunakan bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi, dan promosi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan petani dalam pembelian fungisida kuproxat 345 SC. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap kepuasan petani dalam pembelian fungisida kuproxat 345 SC serta menguji pengaruh keputusan petani terhadap kepuasan petani dalam pembelian fungisida kuproxat 345 SC.

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dan sekaligus *confirmatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota kelompok tani yang pernah membeli fungisida kuproxat 345 SC di wilayah kecamatan Ambulu dan Wuluhan kabupaten Jember, sejumlah 842 anggota untuk kecamatan Ambulu dan sejumlah 505 anggota untuk kecamatan Wuluhan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program *Analysis of Moment Structure* (AMOS) versi 5.0. Hasil penelitian menunjukkan :

1. Produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan petani, produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani, harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan petani, harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan petani, distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan petani, distribusi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan petani, promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan petani, promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan petani, keputusan petani berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan petani dalam pembelian fungisida kuproxat 345 SC di kecamatan Ambulu dan Wuluhan kabupaten Jember.
2. Dari hasil pengujian pengaruh langsung, tidak langsung, dan pengaruh total memberikan sebuah gambaran tentang variabel yang mempunyai pengaruh langsung terbesar terhadap keputusan petani yaitu distribusi (0,358), pengaruh langsung terbesar terhadap kepuasan petani yaitu produk (0,248), pengaruh tidak langsung adalah pengaruh harga terhadap kepuasan petani sebesar 0,021.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Kepuasan Petani.

ABSTRACT

In marketing strategy, marketing mix strategy there that sets the best composition of the four components or variables of marketing, in order to achieve the intended target market. Purchasing decisions and customer satisfaction will be created, if marketers are able to meet the expectations that are owned by its customers. One alternative that can be used marketers in an effort to influence purchasing decisions and create satisfaction for its customers is using the marketing mix includes product, pricing, distribution, and promotion. Therefore, the purpose of this study was to examine the effect of product, pricing, distribution, and promotion of farmers in the purchase decision kuproxat 345 SC fungicide. This study also aimed to test the effect of product, pricing, distribution, and promotion to the satisfaction of farmers in purchasing kuproxat 345 SC fungicide as well as test the influence of the farmer's decision to the satisfaction of farmers in purchasing kuproxat 345 SC fungicide.

This type of research is explanatory research and research as well as confirmatory. The population in this study are members of farmer groups who had bought 345 SC fungicide kuproxat in district area Ambulu and Wuluhan, district Jember, some of district to 842 district Ambulu members and a number of district to 505 district Wuluhan members, then the number of samples in this study is 105.

The method of analysis in this study using Structural Equation Modelling (SEM) using the program Analysis of Moment Structure (AMOS) version 5.0. The results showed:

- 1. The product is not significantly positive effect on farmers' decisions, products have a significant effect on the satisfaction of farmers, the price is not significant positive effect on farmers' decisions, negating a significant price effect on the satisfaction of farmers, distribution of a significant positive effect on farmers' decisions, the distribution is not significant positive effect on the satisfaction of farmers, promotion of a positive effect not significant to the decisions of farmers, promotion of a positive effect not significant to the satisfaction of farmers, a significant positive influence farmers' decisions to the satisfaction of farmers in purchasing kuproxat 345 SC fungicide in the district area Ambulu and Wuluhan district Jember.*
- 2. From the results of testing the influence of direct, indirect and total effects provides an overview of the variables that have the greatest direct influence on the decision of farmers, namely the distribution (0.358), the largest direct influence on the satisfaction of farmers, namely the product (0.248), the indirect effect is the effect on prices farmer satisfaction of 0.021.*

Keywords: *Marketing Mix, Purchase Decision, Satisfaction Farmers.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian dan penulisan tesis yang berjudul “Analisis Variabel Bauran Pemasaran Produk Fungisida Kuproxat 345 SC Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Petani Di Kecamatan Ambulu dan Wuluhan Kabupaten Jember” ini dapat diselesaikan.

Terselesainya tesis ini tidak terlepas dari peran dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Handriyono, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik, petunjuk dan pengarahan.
2. Dr. Mohamad Dimiyati, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.
3. Direktur Program Magister Manajemen Universitas Jember beserta staff yang telah membantu penulis selama mengikuti pendidikan Program Pascasarjana.
4. Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menambah ilmu di lingkungan Universitas Jember.
5. Seluruh dosen pada Program Studi Magister Universitas Jember, yang dengan ikhlas memberikan segala ilmu pengetahuan yang mereka miliki kepada penulis sebagai bekal peningkatan pengetahuan.
6. Ir. Tavip Kupiyotomo selaku *Territory Manager Eastern East Java & Bali* dan Mas Sunardi selaku staff PT. Nufarm Indonesia di Jember yang telah memberikan ijin dan membantu dalam memperoleh data-data yang diperlukan penulis selama penelitian.

7. Kelompok tani di wilayah kecamatan Ambulu dan Wuluhan kabupaten Jember yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Bundaku, kakakku Ertin Eko Wahjuni, S.H., dan Dwi Elmina Surjani, S.P., M.Si., yang sangat sabar menasehatiku agar cepat lulus.
9. Semua teman-temanku Magister Manajemen 2009 yang aku kenal, terima kasih karena kalian semua sudah menjadi temanku yang terbaik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan karya ilmiah ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat luas.

Jember, 14 Oktober 2011
Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Posisi Penelitian Terhadap Berbagai Penelitian Sebelumnya.....	11
2.1.1 Tranggono (1997).....	11
2.1.2 Ibrahim (2001).....	12
2.1.3 Darmayana, Thoyib, dan Zain.....	13

2.1.4	Budiyanto (2008).....	13
2.1.5	Subagyo (2009).....	14
2.2	Landasan Teori.....	16
2.2.1	Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.2	Konsep Pemasaran.....	16
2.2.3	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
2.2.4	Perilaku Konsumen.....	26
2.2.5	Model Perilaku Konsumen.....	27
2.2.6	Keputusan Konsumen (<i>Consumer Decision</i>).....	28
2.2.7	Teori Lain Tentang Pengambilan Keputusan.....	34
2.2.8	Kepuasan Konsumen (<i>Consumer Satisfaction</i>).....	34
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian.....	37
2.4	Hipotesis.....	41
BAB 3.	METODE PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian.....	43
3.2	Sumber Data.....	43
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.4	Tekhnik Pengukuran Data.....	46
3.5	Identifikasi Variabel.....	47
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.7.1	Uji Validitas.....	50
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.8	Tekhnik Analisis.....	52
3.9	Model Struktural (<i>Structural Model</i>).....	59
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian.....	62

4.1.1	Gambaran Umum P.T Nufarm.....	62
4.1.2	Deskripsi Produk Fungisida Kuproxat 345 SC.....	62
4.1.3	Analisis Data.....	64
4.1.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.1.3.2	Analisis Deskriptif.....	70
4.1.3.3	Uji Asumsi SEM.....	76
4.1.3.4	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	77
4.1.3.5	Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	85
4.2	Pembahasan.....	88
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	98
BAB 5. PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....		104
LAMPIRAN		

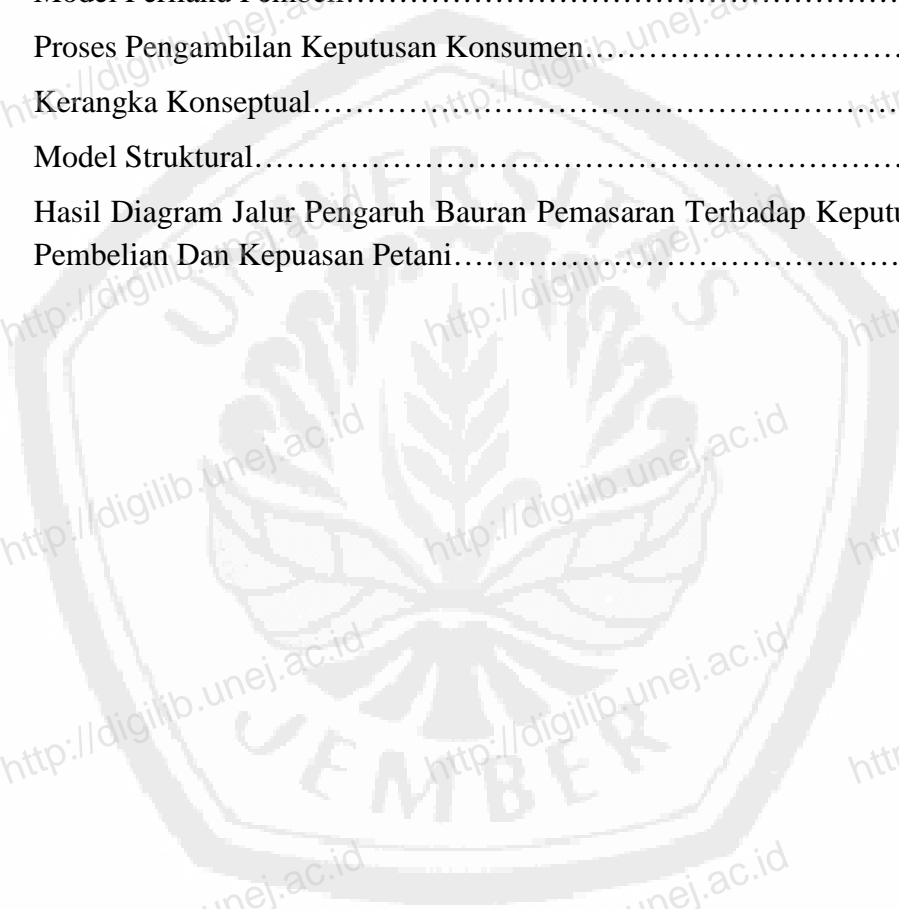
DAFTAR TABEL

		Halaman
1.1	Perusahaan Multinasional di Indonesia dari yang tertinggi market share-nya dalam bisnis Agrokimia.....	4
3.1	Jumlah Sampel Setiap Kelompok Tani.....	45
3.2	Persamaan Struktural Penelitian.....	54
3.3	Uji Kesesuaian Model.....	56
4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk (X_1).....	66
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_2).....	66
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Distribusi (X_3).....	67
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X_4).....	68
4.5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan	69
	(Y_1).....	Pembelian
4.6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan	70
	(Y_2).....	Petani
4.7	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.8	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.9	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	72
4.10	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	73
4.11	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	74
4.12	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk.....	75
4.13	Indeks Kesesuaian SEM.....	79
4.14	Hasil Pengujian Kausalitas.....	79
4.15	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
4.16	Pengaruh Langsung Variabel Penelitian.....	86
4.17	Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	87

4.18	Pengaruh Total Antar Variabel Penelitian.....	88
------	---	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1	Model Perilaku Pembeli..... 27
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen..... 28
2.3	Kerangka Konseptual..... 38
3.1	Model Struktural..... 60
4.1	Hasil Diagram Jalur Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Petani..... 78



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1 Mapping Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini.....	107
2 Kuesioner Penelitian.....	113
3 Data Jawaban Responden.....	119
4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	124
5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Produk.....	130
6 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Harga.....	132
7 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Distribusi dan Promosi.....	134
8 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Petani.....	136
9 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Petani.....	138
10 Uji Asumsi SEM.....	140
11 Hasil Analisis SEM.....	145
12 Surat Ijin Penelitian.....	151