

ABSTRAK DAN EXECUTIVE SUMMARY



**PERAN MEDIASI TRUST DAN PERCEIVED RISK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OBAT
HEWAN IMPOR
(Studi pada Peternak Ayam Layer di Jawa Timur)**

Ketua Peneliti :
Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M
NIDN 0025057805

**UNIVERSITAS JEMBER
Nopember 2014**

ABSTRAK

Peran Mediasi Trust dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Hewan Impor (Studi pada Peternak Ayam Layer di Jawa Timur)

Peneliti : Ika Barokah¹

Sumber Dana : BOPTN Universitas Jember Tahun Anggaran 2014

¹ Staf Pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *trust* dan *perceived risk* dapat berperan sebagai variabel yang memediasi antara *country of origin*, *familiarity*, *worldmindedness* dengan keputusan pembelian obat hewan impor pada peternak layer di Jawa Timur. Penelitian dilakukan pada tiga kabupaten sentra peternakan ayam layer yaitu Kabupaten Blitar, Kediri, dan Malang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling* dengan *respon rate* sebesar 70%.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *trust* merupakan variabel mediasi hubungan *country of origin*, *familiarity*, *worldmindedness*, dengan keputusan pembelian obat hewan impor. *Trust* mempunyai peranan yang besar dalam meningkatkan keyakinan peternak dalam membeli obat hewan impor. *Perceived risk* tidak memiliki peran dalam memediasi antara *country of origin*, *familiarity*, *worldmindedness*, dengan keputusan pembelian, akan tetapi *perceived risk* menjadi faktor penting yang dapat dipertimbangkan dalam keputusan pembelian pada saat melalui mediasi *trust*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *trust* merupakan variabel utama yang dapat membentuk keyakinan konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian. *Trust* dan *perceived risk* merupakan dua variabel yang saling memiliki hubungan resiprokal untuk membangun keyakinan peternak dalam melakukan keputusan pembelian obat impor.

Orisinalitas dan kebaruan penelitian ini adalah peran mediasi *trust* dan *perceived risk* dalam keputusan pembelian obat hewan impor dalam ranah pemasaran *business-to-business*. Implikasi teoritis penelitian ini adalah memperluas kajian ilmu perilaku konsumen melalui peran mediasi *trust* dan *perceived risk* dalam meningkatkan keyakinan keputusan pembelian. Implikasi praktis hasil kajian ini adalah memberikan masukan bagi pemasar berkaitan pentingnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk sehingga pemasar/produsen obat hewan terutama produk obat lokal agar mampu meyakinkan peternak dengan membuat produk yang memiliki kestabilan dan konsistenan kualitas seperti obat impor.

Kata kunci: *country of origin*, *familiarity*, *worldmindedness*, *trust*, *perceived risk*, keputusan pembelian, obat hewan impor.

Peran Mediasi Trust dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Hewan Impor (Studi pada Peternak Ayam Layer di Jawa Timur)

Peneliti : Ika Barokah¹

Sumber Dana : BOPTN Universitas Jember Tahun Anggaran 2014

Kontak e-Mail : ikabarokah@gmail.com

Diseminasi : belum ada

¹ Staf Pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

EXECUTIVE SUMMARY

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mengeksplorasi kerangka konseptual model hubungan *country of origin*, familiarity, *worldmindedness* melalui peran mediasi *trust* dan *perceived risk* dengan *purchased decision*.

Methodology penelitian dilakukan dengan menggunakan literatur review dari berbagai sumber theory dan kajian penelitian terdahulu guna mendapatkan celah penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian. Obyek penelitian ini adalah peternakan ayam layer yang ada di Jawa Timur. Populasi dan sampel penelitian adalah peternak ayam layer di Jawa Timur, dengan area sampling adalah empat kabupaten sentra peternakan ayam layer, yaitu kabupaten Blitar, Malang, Kediri dan Tulungagung. Alat analisis yang digunakan adalah GSCA yang dilengkapi dengan *in depth interview*.

Hasil kajian ini adalah *Country of origin* secara langsung tidak memberikan kontribusi nyata terhadap keputusan pembelian, tetapi melalui mediasi *trust* secara nyata mampu meningkatkan keyakinan keputusan pembelian obat hewan impor. *Trust* secara nyata dapat diukur berdasarkan persepsi positif dari *country of origin* produk dan *trust* secara signifikan memberikan kontribusi pada keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan pengukuran variabel *country of origin* lebih banyak direfleksikan oleh indikator obat hewan impor yang memiliki desain kemasan yang baik dan menarik, sementara *trust* adalah adanya kepercayaan kualitas obat hewan impor selalu terjaga secara konsisten dibandingkan dengan kualitas obat hewan lokal.

Country of origin secara langsung tidak berkontribusi nyata terhadap *perceived risk* dan keputusan pembelian, begitu juga melalui mediasi risiko yang diperkirakan *country of origin* juga tidak dapat memberikan kontribusi pada keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pengukuran variabel *perceived risk* lebih banyak direfleksikan oleh risiko fisik yaitu tidak adanya khawatir dengan efek samping dari kemungkinan ketidaksesuaian produk obat hewan impor dengan yang diharapkan.

Familiarity secara langsung tidak memberikan kontribusi nyata terhadap keputusan pembelian, tetapi melalui mediasi *trust* secara nyata mampu meningkatkan keputusan pembelian. Tingginya *trust* secara nyata terbentuk oleh *familiarity* dan *trust* secara signifikan memberikan kontribusi pada keputusan pembelian. *Familiarity* tidak berkontribusi nyata terhadap *perceived risk* dan keputusan pembelian, kemudian melalui mediasi risiko yang diperkirakan secara langsung juga tidak dapat memberikan kontribusi pada keputusan pembelian. Artinya pengetahuan tentang produk melalui pemberian informasi obat hewan impor secara nyata tidak dapat didukung oleh obat hewan impor memiliki desain kemasan yang baik/menarik dan pengetahuan tentang produk melalui pemberian informasi obat hewan impor secara signifikan tidak dapat berkontribusi pada pembelian obat hewan karena yakin dengan kualitasnya yang baik.

Peningkatan *worldmindedness* tidak memberikan kontribusi nyata terhadap keputusan pembelian, tetapi melalui mediasi *trust* secara nyata mampu meningkatkan keputusan pembelian. Tingginya *trust* secara nyata terbentuk oleh *worldmindedness* dan *trust* secara signifikan memberikan kontribusi pada keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan pengukuran variabel *worldmindedness* lebih banyak direfleksikan oleh indikator keputusan pembelian produk yang tidak saja berfokus pada satu negara tertentu sehingga negara asal produk obat hewan impor yang merupakan salah satu alasan dalam membeli obat tersebut. Peningkatan *worldmindedness* tidak berkontribusi nyata terhadap *perceived risk* dan keputusan pembelian, termasuk melalui mediasi *perceived risk* juga tidak dapat memberikan kontribusi nyata pada keputusan pembelian. Negara asal obat hewan impor yang merupakan salah satu alasan dalam membeli obat, secara signifikan tidak dapat berkontribusi pada pembelian obat hewan karena yakin dengan kualitasnya yang baik.

Peningkatan *trust* berkontribusi nyata terhadap penurunan *perceived risk*, dan sebaliknya *perceived risk* berkontribusi nyata terhadap *trust*. Temuan penelitian ini mencerminkan bahwa peningkatan kepercayaan konsumen mampu mendukung variasi perubahan pengurangan terjadinya *perceived risk*. Begitu pula sebaliknya peningkatan *perceived risk* mampu mendukung terbentuknya kepercayaan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Artinya adanya kepercayaan kualitas obat hewan impor selalu terjaga secara konsisten dibanding kualitas obat hewan lokal berkontribusi nyata dan mampu mendukung variasi perubahan pengurangan risiko fisik yaitu tidak adanya khawatir efek samping dari kemungkinan ketidaksesuaian produk obat hewan impor dengan yang diharapkan, dan begitu pula sebaliknya.

Implikasi praktis yang didapatkan adalah hasil identifikasi penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian obat hewan impor, sehingga dapat menjadi perhatian bagi produsen obat hewan lokal untuk membuat produk yang mempunyai kualitas setara dengan obat hewan impor.

Orisinalitas penelitian adalah menghasilkan pengembangan ilmu berdasarkan kerangka konseptual yang terintegrasi dalam menjelaskan pengaruh hubungan keputusan pembelian dengan country of origin, familiarity, worldmindedness melalui peran mediasi trust dan perceived risk.

Keywords: *country of origin, familiarity, worldmindedness, trust, perceived risk, purchase decision, veterinary medicine.*