

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

***Analysis of the Effect of Product Quality, Price and Service Quality on  
Customer Satisfaction of Rice Seeds Produced by BPTP Agricultural Seed  
Center, Bantul Regency***

Doni Hermawan Dwi Yulianto, Yuni Istanto, Siti Hamidah

Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta  
JL. SWK 104 Lingkar Utara Congdongcatur, Yogyakarta 55283  
email : doni\_hermawan212@yahoo.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 tempat penyedia benih bermutu dan berkualitas, dan 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:** Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of product quality, price, and service quality towards the satisfaction of consumers of rice seeds produced by BPTP Balai Benih Pertanian (The Agricultural Technology Research Center for Seeds) Barongan. This is a quantitative research and it implements a survey method conducting an investigation to obtain facts from the existing symptoms. The location of the research was purposively selected based on consideration of BPTP BBP of Bantul Regency where qualified seeds are provided. It is also a government institution engaged in enhancing farmers' welfare, especially in Bantul Regency. The types of data used in this research are primary and secondary data. In addition, the data collection*

*techniques used were observation, interviews, and documentation, while the data analysis techniques applied descriptive analysis, multiple linear regression analysis, f test, and t-test. The number of respondents employed in this study is 40 respondents selected by using incidental sampling. The interpretation of the results of the analysis uses a 95% confidence level. The results showed the significance of the effect of price on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Service Quality, and Consumer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Balai Benih Pertanian Barongan merupakan balai penyedia benih padi bersertifikat di Kabupaten Bantul yang berada di bawah 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.

Harga benih yang dijual di BPTP Balai Benih Pertanian Barongan lebih murah dibandingkan penjual benih lainnya karena perinsipnya balai benih pertanian sebagai salah satu naungan dinas pertanian yang prinsipnya sebagai memajukan kemakmuran petani. Hal ini dikarenakan BPTP Balai Benih Pertanian Barongan tidak mencari keuntungan yang besar dalam penjualan melainkan mencukupi tersedianya kebutuhan benih bagi petani.

Kualitas benih padi yang diproduksi oleh BPTP Balai Benih Barongan ini telah memiliki sertifikasi sehingga benih yang dihasilkan benar-benar dapat teruji kualitasnya, hal ini dikarenakan benih-benih yang diproduksi dihasilkan dari para penangkar-penangkar benih yang sudah cukup lama berpengalaman dibidang pembenihan sehingga tingkat kemurnian yang didapat sudah mencakup standart yang ditetapkan oleh pemerintah terutama dinas pertanian.

BPTP Balai Benih Pertanian Barongan sendiri juga memberikan pendampingan dan pelayanan kepada petani dengan pemberian pengetahuan tentang pentingnya penggunaan benih padi yang berkualitas, hal ini berkaitan dengan tingkat produksi yang akan dihasilkan nantinya

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi usaha yang bergerak di bidang penyediaan benih dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategi bagi pengusaha tentang pentingnya mempertahankan kepuasan konsumen adalah imbalan dari kepuasan yang bersifat jangka panjang dan kumulatif. usaha yang mampu mengembangkan dan mempertahankan kepuasan konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Kepuasan konsumen dapat diraih dengan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi dari harapan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen dapat dicapai melalui hasil kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga/meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu perusahaan

harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan konsumen guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang, maka tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen benih BPTP Balai Benih Pertanian Barongan.

## METODOLOGI

### 1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut ini merupakan pengertian kualitas produk menurut para ahli:

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) 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*".

Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut: "*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*".

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

- a. *Performance* (Kinerja) (b). *Reliability* (Keandalan) (c). *Feature* (Fitur) (d). *Durability* (Keawetan) (e) *Conformance* (Konsistensi)

### 2. 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 mengunakan suatu barang atau jasa, harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai.

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

- a. Keterjangkauan harga adalah harga dari suatu produk yang tertulis pada produk yang harus dibayarkan 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.

### 3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan didefenisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Tjiptono (2016), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan : pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan / dipersepsikan (*perceived service*).

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

(a) Bukti fisik (*Tangible*), (b). Keandalan (*Reabiliti*) (c) Daya tangkap (*Responsiveness*) (d). Jaminan (*Assurance*), (e). Empati (*Empathy*)

#### 4. 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.

Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, yaitu :

(a) Kualitas produk (b) Kualitas pelayanan (c) Emosional (d) Harga (e) Biaya dan Kemudahan

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

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

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah (a). Analisis Deskriptif, (b). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen benih padi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

### 1. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

(a). Data primer (b). Data sekunder

### 2. Teknik pengumpulan data

(a). Observasi (b). Wawancara (c). Dokumentas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi karakteristik responden

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
Pria	26	65
Wanita	14	35
Jumlah	40	100

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan table 1. dapat dilihat mayoritas responden yaitu pria sebanyak 26 orang (53%) dan sisanya sebanyak 14 orang (35%) adalah wanita.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Karyawan swasta	12	30,0
Wiraswasta	15	37,5
Pegawai negeri	7	17,5
Lain-lain	6	15,0
Jumlah	40	100,0

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 2. dapat dilihat bahwa mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 15 orang (37,5%), diikuti karyawan swasta sebanyak 12 orang (30%), diikuti pegawai negeri sebanyak 7 orang (17,5%), kemudian sisanya 6 orang (15%) bekerja lain-lain.

Deskripsi karakteristik konsumen berdasarkan lama pembelian (tahun) disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik konsumen berdasarkan lama pembelian (tahun)

Lama pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1-5 Tahun	18	45,0
6-10 Tahun	7	17,5
11-15 Tahun	6	15,0
16-20 Tahun	9	22,5
Jumlah	40	100,0

Sumber: data primer diolah 2020

Dapat dilihat mayoritas konsumen lama pembelian 1-5 Tahun sebanyak 18 orang (45%), diikuti lama pembelian 16-20 Tahun sebanyak 9 orang (22,5%), diikuti lama pembelian 6-10 Tahun sebanyak 7 orang (17,5%), kemudian lama pembelian 11-15 Tahun sebanyak 6 orang (15%).

## 2. Deskripsi variable penelitian

Tabel 4. kualitas produk

Pernyataan	Skor rata-rata	Skor maksimum	Persentase %
Benih padi memiliki daya tumbuh tinggi.	4,30	5	86,00
Benih padi memiliki kadar air optimal	4,21	5	84,23
Benih padi terjamin kemurniannya	4,33	5	86,67
Produk benih padi memiliki warna yang cerah.	4,35	5	87,00
Benih padi memiliki bentuk yang seragam.	3,56	5	71,23
Saya percaya benih padi lebih awet atau tahan lama	3,71	5	74,23
Benih padi bersih dari kotoran	3,90	5	78,00
Jumlah	28,36	35	81,05

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil persentase pada Tabel 4 kita ketahui rata-rata nilai persentasenya adalah 81,05, hal ini juga merupakan penilaian kualitas produk yang sangat baik bagi konsumen

Tabel 5. Kualitas harga

Pernyataan	Skor rata-rata	Skor maksimum	Persentase %
Saya merasa harga terjangkau dengan daya beli konsumen	4,20	5	84,00
Saya merasa harga sesuai dengan kualitas benih yang kita dapatkan	4,41	5	88,23
Saya merasa harga lebih kompetitif (murah).	4,13	5	82,67
Saya merasa harga sesuai dengan manfaat (aman dibudidayakan)	4,00	5	80,00
Jumlah	16,74	20	83,73

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil persentase pada Tabel 5 kita ketahui rata-rata nilai persentasenya adalah 83,73 hal ini masih termasuk kategori sangat murah.

Tabel 6. Kualitas pelayanan

Pernyataan	Skor rata-rata	Skor maksimum	Persentase %
Menurut saya gedung atau ruangan sudah tertata dengan nyaman	4,20	5	84,00
Menurut saya lokasi BPTP BBP mudah dijangkau	4,25	5	85,00
Saya merasa penggunaan teknologi yang digunakan sudah moderen	4,00	5	80,00
Saya merasa pelayanan yang diberikan tepat waktu	3,90	5	78,00
Saya merasa pelayanan sudah adil bagi konsumen	3,87	5	77,40
Saya merasa para staf selalu memberikan pelayanan dengan memberikan informasi yang jelas	3,79	5	75,80
Saya merasa para staf selalu memberikan jaminan kepercayaan terhadap pengetahuan bagi konsumen	4,30	5	86,00
Saya merasa pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen	4,15	5	83,00
Jumlah	32,46	40	81,15

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil persentase pada Tabel 6. kita ketahui rata-rata nilai persentasenya adalah 81,15, hal ini juga merupakan penilaian kualitas pelayanan yang sangat baik bagi konsumen.

Tabel 7. kualitas harga

Pernyataan	Skor rata-rata	Skor maksimum	Persentase %
Saya merasa puas dengan produk benih padi yang dihasilkan BPTP BBP Bantul sudah sesuai dengan harapan yang saya inginkan.	4,30	5	86,00
Saya merasa puas dengan produk benih padi yang dihasilkan BPTP BBP lebih unggul dengan produk benih lainnya	4,21	5	84,23
Saya merasa puas selama menjalin kerjasama dengan BPTP BBP Bantul	4,15	5	83,00
Jumlah	12,66	20	84,41

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil persentase pada Tabel 7. kita ketahui rata-rata nilai persentasenya adalah 84,41 hal ini termasuk kategori penilaian sangat puas terhadap produk.

### 3. Analisis factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen benih padi

Tabel 8. kualitas harga

Variabel	Koefisien beta	t <sub>hitung</sub>	signifikansi
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	0.056	0.494	0.624
Harga (X <sub>2</sub> )	0.811	7.238	0.000
Kualitas pelayanan (X <sub>3</sub> )	0.012	0.110	0.913

$\alpha = 5\%$

Adjust R<sup>2</sup> = 0,337

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 8. dapat kita ketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan yaitu 0,624 dan 0,913 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05) sehingga dapat dikatakan tidak berpengaruh secara signifikansi sedangkan variable harga yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05) sehingga dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan.

Tabel 9. Uji Regresi Linier Berganda Trimming 1

Variabel	Koefisien Beta	t <sub>hitung</sub>	t <sub>sig</sub>	Keputusan
Harga	0.789	7.923	0.000	Signifikan

$\alpha = 5\%$

Adjusted R<sup>2</sup> = 0,613

Sumber: data primer diolah 2020

Dapat diketahui nilai signifikansi variabel harga adalah 0,000 sehingga variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari uji deskriptif variabel menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai rata-rata diatas 80 hal ini menunjukkan bahwa dapat dikatakan termasuk dalam penilaian yang sangat baik.
2. Dari hasil analisis faktor bahwa harga dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Produk yang dijual harus disimpan ke ruangan yang aman bebas dari sinar matahari langsung kemasan kedap udara dan bebas dari hama.
2. Memberikan informasi terhadap kelebihan dan kekurangan masing-masing jenis benih padi yang dijual.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan rahmat tuhan yang maha kuasa saya dapat menyusun makalah seminar nasional dengan judul “pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen benih padi produksi BPTP Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul Yogyakarta”.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan makalah ini baik bantuan secara materil dan in materil yang membuat penulis menyelesaikan dengan lancer.

Atas perhatiannya penulis ucapkan banyak terimakasih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Steategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 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.
- Stanton, Wiliam J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. 1999. *Strategi Pemasaran. Edisi Revisi*, Jakarta: Penerbit Erlanggan.
- \_\_\_\_\_, F, dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.