

PENGAMBILAN KEPUTUSAN PETANI DALAM PEMBELIAN BENIH PADI DI KIOS AGROTANI DESA CENLECEN KECAMATAN PAKONG KABUPATEN PAMEKASAN

FARMERS' DECISION MAKING IN PURCHASE OF RICE SEED AT AGROTANI KIOSEN, CENLECEN VILLAGE, PAKONG DISTRICT, PAMEKASAN REGENCY

Mohammad Suryadi ^{1*}, Sustiyana ², Mohammad Shoimus Sholeh ³

- (1) Universitas Islam Madura, Pamekasan, suryasadaw@gmail.com
(2) Universitas Islam Madura, Pamekasan, sustiyana.nirbana@gmail.com
(3) Universitas Islam Madura, Pamekasan, moh.shoimus@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan petani membeli benih padi di kios Agrotani Di Desa Cenleceen Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Penelitian ini merupakan penelitian survei, menggunakan responden yang dipilih dengan menggunakan metode accidental sampling dan memilih 60 responden yang ditemui secara kebetulan dengan kriteria yang telah ditentukan. Data dianalisis secara deskriptif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji validitas dan reliabilitas semua item dari setiap variabel valid dan reliabel sehingga data bisa digunakan untuk uji regresi logistik. Hasil uji regresi logistik menunjukkan bahwa variabel harga dan produk berpengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan petani dalam membeli benih padi di kios Agrotani dengan tingkat kesalahan 10% sedangkan, variabel pelayanan, lokasi dan promosi tidak berpengaruh nyata. Kemudian berdasarkan klasifikasi tabel hasil logit menunjukkan Jumlah responden yang membeli sebanyak 29 orang akan tetapi ada 9 orang yang kemungkinan tidak akan membeli lagi produk tersebut.

Kata kunci : Pengambilan Keputusan, Petani, Benih Padi

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze the factors that influence farmers' decision making to buy rice seeds at the Agrotani kiosk in Cenleceen Village, Pakong District, Pamekasan Regency. This research is a survey research, using respondents who were selected using the accidental sampling method and selected 60 respondents who were met by chance with predetermined criteria. The data were analyzed descriptively and qualitatively. The results showed that from the results of the validity and reliability test all items from each variable were valid and reliable so that the data could be used for logistic regression testing. The results of the logistic regression test showed that the price and product variables had a significant effect on farmers' decision making in buying rice seeds at the Agrotani kiosk with an error rate of 10%, while the service, location and promotion variables had no significant effect. Then, based on the classification table, the logit results show the number of respondents who bought as many as 29 people but there are 9 people who probably will not buy the product again. From these results, it is recommended for further researchers to develop this research by considering other variables which are other variables outside the variables that have been included in this study.

Keyword: Decision making, farmer, rice seed

PENDAHULUAN

Kios Agrotani adalah salah satu usaha bisnis ritel yang bergerak di bidang pertanian. Kios Agrotani sendiri telah dapat bersinergi dan saling menguntungkan dengan petani di Desa Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Di satu sisi Kios Agrotani telah mampu berkembang, kemudian di sisi lain petani sangat terbantu dengan kelengkapan produk yang ada di kios tersebut, termasuk benih padi. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan penelitian di lokasi kios Agrotani. Pemilihan toko ini didasarkan pada luas lahan dalam skala Desa Di Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan.

Desa Cenlece merupakan salah satu Desa Di Kecamatan Pakong yang masyarakatnya adalah petani, dimana kebutuhan benih padi sangatlah penting ketika akan memasuki musim tanam padi. Benih padi tersebut biasanya di peroleh petani dengan melakukan pembelian ke toko pertanian atau kios yang berada di dalam maupun di sekitar Desa Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Di Desa Cenlece sendiri terdapat dua tempat termasuk Agrotani yang berperan dalam penjualan seperti halnya obat pertanian, benih maupun pupuk serta alat pertanian. Selain itu di Desa Cenlece ada juga warga di setiap Dusun yang menjual obat dan pupuk dengan jumlah yang lebih kecil dan tidak selengkap di banding kedua Toko atau Kios tersebut. Dimana kedua tempat tersebut sudah terkenal di Desa Cenlece sendiri maupun dari Desa atau wilayah sekitarnya. Adapun di tempat lain sekitar dan di dalam Kecamatan Pakong terdapat banyak Toko atau Kios pertanian yang juga menyediakan obat dan alat maupun bahan pertanian lainnya yang keberadaannya juga tidak terlalu jauh dari Desa Cenlece sendiri. Hal menariknya adalah meski banyak Toko atau Kios Pertanian dalam dan di sekitar Desa Cenlece mayoritas masyarakat Desa Cenlece melakukan pembelian benih padi di Kios Agrotani.

Masyarakat Desa Cenlece umumnya lebih suka dengan benih padi yang mempunyai hasil panen yang banyak dan rasa yang enak dan juga dapat ditanam kembali serta tahan terhadap penyakit ataupun hama, sehingga petani di Desa Cenlece lebih suka membeli benih padi yang akan mereka tanam karena hasil panen yang di peroleh petani yang menggunakan benih padi dari kios atau yang mereka beli lebih memuaskan dan lebih banyak hasilnya dari pada benih padi yang dulu atau yang sebelumnya mereka gunakan untuk ditanam. Biasanya benih padi yang terdahulu tersebut adalah hasil dari benih padi yang ditanam secara turun temurun dari tahun-ketahun sebelumnya. Selain itu ada juga beberapa petani yang sengaja menukar hasil panen padi mereka dengan hasil panen padi dari benih padi yang mereka beli untuk ditanam kembali meskipun hasil dari benih tersebut tidak pasti, ada yang hasilnya sama dengan hasil dari benih padi yang dibeli dan ada juga hasil yang tidak sama atau hasil sedikit dan terserang hama. Oleh karena hasil panen dari benih yang mereka beli di kios lebih bagus hasilnya dari pada benih yang terdahulu mereka pakai maka banyak masyarakat atau petani di Desa Cenlece yang lebih suka menggunakan benih padi yang mereka beli di Kios maupun Toko pertanian di Desa Cenlece yang mayoritas benih padi tersebut mereka beli di Kios Agrotani dari pada Kios pertanian lainnya.

melihat fenomena menarik tersebut, maka dilakukanlah penelitian untuk mengkaji dan menganalisis berkaitan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan petani membeli benih padi di kios Agrotani di Desa Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat mendalami ilmu tentang agribisnis, khususnya tentang bisnis ritel di bidang pertanian.

METODE PENELITIAN

Penelitian sengaja di pilih (purposive) yang dilakukan di Desa Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Dengan pertimbangan banyak petani yang membeli benih padi di Kios Agrotani di Desa Cenlece daripada di Kios sekitarnya.

populasi yang digunakan adalah orang yang pernah melakukan pembelian produk di Kios Agrotani. karena populasi yang digunakan adalah seluruh orang yang pernah melakukan pembelian produk di Kios Agrotani yang jumlahnya banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti), maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan non probability sampling yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah

responden (sampel) dilakukan melalui metode accidental sampling. Berdasarkan teori Roscoe maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 60 responden.

Metode analisis regresi logistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel respon yang berupa data dikotomik/biner dengan variabel bebas yang berupa data berskala interval dan atau kategori (Firdaus dan Farid (2008). Persamaan regresi logistik dapat dinyatakan sebagai berikut (Hair, 2006) :

$$Y = \ln \left[\frac{p}{1-p} \right] = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

Keterangan

Y : Keputusan Pembelian Benih Padi (1 = membeli , 0 = tidak membeli)

Ln : logaritme Natural

P : Probabilitas Keputusan Pembelian

a : Intersep

b_{1,2,3,4,5} : koefisien regresi untuk variabel 1,2,3,4,5.

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Produk

X₃ : Pelayanan

X₄ : Lokasi

X₅ : Promosi

e : Terms of error (variable yang tidak diteliti)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

a) Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu pria dan wanita. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan responden pria sebanyak 42 orang atau 70% dan wanita sebanyak 18 orang atau 30%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah pria dengan 42 responden atau 70%.

Tabel 1 Jenis kelamin responden

Keterangan	jumlah	Persentase
Pria	42	70%
Wanita	18	30%
Total	60	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

b) Rentang Usia Responden

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa rentan usia masing-masing responden dibedakan menjadi lima kategori yaitu 15-20 tahun, 21-26 tahun, 27-32 tahun, 33-38 tahun, dan yang terakhir 39-45 tahun. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan rentan usia responden 15-20 tahun sebanyak 2 orang atau 3%, 21-26 tahun sebanyak 8 orang atau 13%, 27-32 tahun sebanyak 26 orang atau 43%, 33-38 tahun sebanyak 15 orang atau 25%, dan rentan usia dari 39-45 tahun sebanyak 9 orang atau 15%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas rentan usia responden adalah mereka dengan rentan usia 27-32 tahun sebanyak 26 responden atau 43%.

Tabel 2 Rentang usia responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
15-20 tahun	2	3%
21-26 tahun	8	13%
27-32 tahun	26	43%
33-38 tahun	15	25%
39-45 tahun	9	15%
Total	60	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

c) Informasi Yang Diperoleh Responden Tentang Kios Usahatani

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa informasi yang diperoleh responden tentang kios usahatani yaitu kios Agrotani terbagi tiga kategori yaitu pada saat lewat toko, saudara/teman, dan lain-lain. Mayoritas responden memperoleh informasi dari saudara/teman

sebanyak 51 orang atau 85% dari responden. Sedangkan kategori saat lewat toko sebanyak 9 orang atau 15% dari responden. Dan kategori untuk yang lain-lain tidak ada atau kosong.

Tabel 3 Informasi yang diperoleh responden tentang kios usahatani

Keterangan	Jumlah	Persentase
Saat lewat toko	9	15%
Saudara / teman	51	85%
Lain-lain	-	-
Total	60	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

d) Lama Responden Mengenal Kios Usahatani

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa lama responden mengenal kios usahatani terbagi dua kategori yaitu < 1 tahun sebanyak 28 responden atau 47%. Sedangkan > 1 tahun sebanyak 32 responden atau 53%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenal kios usahatani > 1 tahun yaitu sebanyak 32 orang atau 53% responden.

Tabel 4 Lama responden mengenal kios usahatani

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	28	47%
> 1 tahun	32	53%
Total	60	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

e) Produk Yang Biasa Dibeli Responden

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa produk yang biasanya di beli responden dibedakan menjadi empat kategori yaitu obat pertanian, pupuk, benih, dan alat pertanian. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan produk yang biasa dibeli responden adalah obat pertanian sebanyak 15 orang atau 25%, pupuk sebanyak 10 orang atau 17%, benih sebanyak 29 orang atau 48%, dan kemudian alat pertanian sebanyak 6 orang atau 10 %. Kesimpulannya mayoritas produk yang biasa dibeli responden adalah benih sebanyak 29 responden atau 48%.

Tabel 5 Produk yang biasa dibeli responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Obat pertanian	15	25%
Pupuk	10	17%
Benih	29	48%
Alat pertanian	6	10%
Total	60	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = n - 2. Yaitu df = 60 - 2 = 58, Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ atau 0,05..sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0.2542 . Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Untuk hasil lengkap dari uji validitas dapat di lihat pada tabel 6.

Tabel 6 Hasil pengujian validitas harga

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga 1	0,779	0.2542	Valid
Harga 2	0,728	0.2542	Valid
Harga 3	0,687	0.2542	Valid
Harga 4	0,626	0.2542	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan tabel 7 dibawah ini dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 7 Hasil pengujian validitas produk

Variable	R hitung	R tabel	Keterangan
produk 1	0,788	0.2542	Valid
produk 2	0,771	0.2542	Valid
Produk 3	0,636	0.2542	Valid
Produk4	0,623	0.2542	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 8 Hasil pengujian validitas pelayanan

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
pelayanan 1	0,773	0.2542	Valid
Pelayanan 2	0,767	0.2542	Valid
pelayanan 3	0,727	0.2542	Valid
Pelayanan 4	0,591	0.2542	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 9 Hasil pengujian validitas lokasi

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi 1	0,749	0.2542	Valid
lokasi 2	0,762	0.2542	Valid
lokasi 3	0,616	0.2542	Valid
lokasi 4	0,592	0.2542	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 10 di atas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 10 Hasil pengujian validitas promosi

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi 1	0,762	0.2542	Valid
Promosi 2	0,768	0.2542	Valid
Promosi 3	0,735	0.2542	Valid
Promosi 4	0.570	0.2542	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,2542 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 11 Hasil pengujian validitas keputusan

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
keputusan 1	0,758	0.2542	Valid
keputusan 2	0,748	0.2542	Valid
keputusan 3	0.708	0.2542	Valid
keputusan 4	0.616	0.2542	Valid

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach Alpha dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam Tabel 12 dibawah ini, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel/handal dan dapat digunakan.

Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Harga	0,635	Reliabel
Produk	0,662	Reliabel
Pelayanan	0,646	Reliabel
Lokasi	0,613	Reliabel
Promosi	0,631	Reliabel
Keputusan	0,639	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

3. Uji Regresi Logistik

Regresi logit (Logit Regression) merupakan salah satu jenis analisis yang digunakan untuk memprediksi hubungan pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), namun dalam regresi logit syarat utama yang harus dipenuhi adalah bahwa variabel terikat (Y) harus terdiri dari dua kategori (berupa binary). Kelebihan dari regresi logit dibandingkan dengan regresi lain adalah dapat diprediksi besarnya probabilitas suatu peristiwa.

Dalam penelitian ini regresi logit digunakan untuk mengetahui harga, produk, pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan pembelian (membeli/tidak membeli) variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian dan variabel independen atau bebas yang digunakan adalah harga, produk, pelayanan, lokasi dan promosi. Berdasarkan analisis regresi logistik dengan paket program SPSS versi 22. Dengan jumlah data yang diproses sebanyak 60 atau N 60, untuk melihat kelengkapan data yang diproses dalam penelitian ini dan tidak ada missing cases, artinya data yang diproses lengkap ditunjukkan oleh tabel 13 case processing summary.

Tabel 13 Data yang diproses (case processing summary)

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	60	100,0
	Missing Cases	0	,0
	Total	60	100,0
Unselected Cases		0	,0
Total		60	100,0

Ket : a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Dalam penelitian ini variabel dependen Y bertipe kategorik dua pilihan yaitu : tidak membeli dikategorikan dengan nilai 0 dan membeli dikategorikan dengan nilai 1. Keterangan ini dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14 Identifikasi data (dependent variable encoding)

Original Value	Internal Value
tidak membeli	0
Membeli	1

Selanjutnya menilai Overall Fit Model terhadap data apakah merupakan model fit atau tidak, dimana Overall Fit Model ini digunakan untuk menguji apakah variabel independen dalam model regresi mampu memperbaiki model regresi atau tidak. Dengan terlebih dahulu melihat pada tabel 15 berikut :

Tabel 15 Hosmer and Lemeshow test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	13,963	8	,083

Pada tabel Hosmer and Lemeshow Test hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan ketentuan $H_0 : \beta = 0$ model dihipotesiskan fit dengan data. Kemudian $H_a : \beta \neq 0$ maka model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data. Dengan pengambilan keputusan H_0 diterima jika nilai sig > 10% (0,1), dan H_0 ditolak jika nilai sig < 10%.

Kemudian dari tabel Hosmer and Lemeshow Test dapat dilihat bahwa angka signifikansi pada uji Hosmer and Lemeshow Test bernilai sebesar 0,83 atau 83%, dimana nilai dari 0,83 lebih besar dari 0,1 atau 10% sehingga dapat disimpulkan model data yang dihipotesiskan adalah fit dengan data. Atau data variabel independen (harga, produk, pelayanan, lokasi dan promosi) dan dependen (keputusan pembelian benih) dapat dianalisis dengan uji regresi logistik.

Berikutnya adalah uji ketepatan klasifikasi model regresi, untuk menguji seberapa besar ketepatan klasifikasi model regresi adalah dengan cara melihat tabel 16 Classification berikut :

Tabel 16 Tabel klasifikasi

Observed	Predicted		Percentage Correct
	Keputusan		
	tidak membeli	Membeli	
Step 1 Keputusan tidak membeli	22	9	71,0
Membeli	9	20	69,0
Overall Percentage			70,0

Ket : a. The cut value is ,500

Berdasarkan classification table terlihat bahwa sebanyak 22 responden yang tidak membeli benih padi di kios Agrotani dari total observasi yang berstatus tidak membeli sebanyak 31 responden, sehingga ketepatan klasifikasinya adalah 71,0% yang diperoleh dari 22/31. Kemudian berdasarkan prediksi sebanyak 20 responden yang membeli benih padi di Kios Agrotani, sedangkan hasil observasi terdapat 29 responden yang dikategorikan sebagai responden yang membeli benih padi di Kios Agrotani. Sehingga nilai ketepatan klasifikasinya adalah 69,0% yang diperoleh dari hasil 20/29. Secara keseluruhan ketepatan klasifikasi pada model regresi logistik ini sebesar 70,0%. Artinya ketepatan dalam memprediksi pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y membeli atau tidak membeli benih di kios Agrotani ini sebesar 70,0%. Dan pada analisis regresi logistik semakin besar ketepatan klasifikasinya maka semakin baik model regresi yang digunakan.

Kemudian yang mempengaruhi variabel independen secara simultan tersebut variabel independennya apa saja maka dapat dijawab dengan melakukan analisa uji parsial, dengan melihat tabel 17 variabel in the equation berikut :

Tabel 17 Variabel in the equation

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for	
							Lower	Upper
Step 1 ^a								
Harga	,429	,177	5,884	1	,015	1,536	1,086	2,173
Produk	-,507	,166	9,344	1	,002	,602	,435	,834
Pelayanan	-,027	,149	,034	1	,854	,973	,726	1,304
Lokasi	,144	,131	1,217	1	,270	1,155	,894	1,492
promosi	-,055	,154	,128	1	,720	,946	,699	1,281
Constan	,071	4,650	,000	1	,988	1,074		

Ket : a. Variable(s) entered on step 1: harga, produk, pelayanan, lokasi, promosi.

Pada tabel variabel in the equation hipotesisnya adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemudian $H_a : \beta \neq 0$ variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dengan ketentuan dalam pengambilan keputusan : H_0 diterima jika $\text{sig} \geq 10\%$. Dan H_0 ditolak jika $\text{sig} < 10\%$.

Berdasarkan tabel hasil pengujian variabel harga nilai signifikasinya adalah 0,015 dimana nilai signifikansi 0,015 ini lebih kecil dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian benih padi di kios agrotani. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Permasih et al. (2014) yang menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan penggunaan benih jagung hibrida oleh petani Di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Ristiyanti et al. (2021). yang juga menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian pada toko online di Yogyakarta.

Kemudian variabel produk nilai signifikasinya adalah 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian benih padi di kios Agrotani. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Permasih et al. (2014) yang menunjukkan bahwa produk mempengaruhi keputusan penggunaan benih jagung hibrida oleh petani Di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Trianasari et al. (2020) yang juga menunjukkan bahwa produk mempebgaruhi keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada PT Mertha Buana Motor Singara.

Selanjutnya ke variabel pelayanan dimana nilai signifikasinya sebesar 0,854 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,1. Maka dapat di simpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian benih padi di kios agrotani. Hal ini sejalan dengan penelitian kurniawan (2018) yang juga menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada konsumen JNE. Jl.Glagahsari No.62 Yogyakarta. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Nasution et al. (2017) yang juga menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket ata produk PT Lion Air.

Kemudian variabel lokasi dimana nilai dari signifikasinya adalah 0,270 dimana nilai ini lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 sehingga variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian benih padi di kios agrotani. Hal ini sejalan dengan penelitian kurniawan (2018). Yang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada konsumen JNE. Jl.Glagahsari No.62 Yogyakarta. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Hardiansyah et al. (2019) yang juga menunjukkan bahwa lokasi tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada restoran singapore di kota Makassar.

Terahir variabel promosi yang nilai signifikasinya adalah 0,720 dimana nilai ini lebih besar dari nilai 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli benih padi di kios agrotani. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nasution et al (2019). Yang juga menunjukkan bahwa promosi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian konsumen di 212 Mart Medan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Budiyanto et al. (2016) yang juga menunjukkan

bahwa promosi tidak mempengaruhi keputusan pembelian dan minat mereferensikan rumah pada puri camar liwas PT Camar Sapta Ganda.

Dari tabel variabel in the equation dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \ln \left[\frac{p}{(1-p)} \right] = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

$$g(X) = 0,071 + 0,429X_1 - 0,507X_2 - 0,027X_3 + 0,114X_4 - 0,055X_5$$

PENUTUP

Hasil uji regresi logistik menunjukkan bahwa variabel harga dan produk berpengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan petani dalam membeli benih padi di kios Agrotani dengan tingkat kesalahan 10% sedangkan, variabel pelayanan, lokasi dan promosi tidak berpengaruh nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, Teguh. Kojo, Christoffel. Tawas, Hendra N. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol, 16, No, 14.
- Firdaus, M. dan M. A. Farid. 2008. Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih Untuk Manajemen dan Bisnis. IPB Press, Bogor.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall
- Hardiansyah, Faisal. Nuhung, Mahmud. Rasulong, Ismail. 2019. Pengaruh lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, Vol, 3, No, 1.
- Kurniawan, Heri, Diyan. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 4
- Nasution, Efendy, Asrizal. Putri, Pratami, Linzzy. Lesmana, Taufik, Muhammad. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 2019, hal 194-199.
- Nasution, Herlina. Maksum, Choirul. Derriawan. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Customer Seata Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Maskapai PT Lion Air Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, Vol, 3, No, 2.
- Permasih, Jenny. Widjaya, Sudarma. Kalsum, Umi. 2014. Proses Pengambilan Keputusan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Benih Jagung Hibrida Oleh Petani Di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu. *Jurnal ilmu-ilmu agribisnis*, vol. 2. No. 4.
- Pratimi, N.L.K.D. Trianasari. Atidira, R. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT Mertha Buana Motor Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol, 2, No, 1.
- Ristiyanti. Murdo, Yuri. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol 26, No.1