HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI ATRIBUT PRODUK DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PUPUK ORGANIK OLEH ANGGOTA KOPERASI KELOMPOK TANI ”BAGJA” KARAWANG

GINE PUTRI PERTIWI
8125057212

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
KONSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI KOPERASI
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNVERSITAS NEGERI JAKARTA
2009

THE CORRELATION BETWEEN *PERCEPTION PRODUCT ATTRIBUTE WITH CONSUMER TRUST OF ORGANIC FERTILIZER BY MEMBER OF FARMER GROUP COOPERATION "BAGJA" KARAWANG*

GINE PUTRI PERTIWI
8125057212

Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Education Accomplishment

STUDY PROGRAM OF ECONOMIC EDUCATION
CONCENTRATION IN ECOMONIC COOPERATION
DEPARTMENT OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2009

ABSTRAK

GINE PUTRI PERTIWI, Hubungan antara Persepsi Atribut Produk dengan Kepercayaan Konsumen Pada Pupuk Organik Oleh Anggota Koperasi Kelompok Tani ”BAGJA” Karawang. Skripsi. Jakarta : Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Mei 2009.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan data dan fakta yang sahih, benar dan dapat dipercaya apakah terdapat hubungan antara persepsi atribut produk pupuk organik dengan kepercayaan konsumen pada Anggota Koperasi Kelompok Tani ”Bagja” Karawang.

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan terhitung sejak bulan April 2009 sampai dengan bulan Mei 2009. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian adalah anggota Koperasi Kelompok Tani ”Bagja” dari 6 Kecamatan (stock center), sedangkan sampelnya adalah 35 orang petani dari 2 Kecamatan (stock center) yang telah menggunakan pupuk organik selama 3 musim terakhir. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*).

Persamaan regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi $\hat{Y}= 83,73 + 0,353X$. Uji persyaratan analisis untuk menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X menunjukan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukan bahwa L_{hitung} (0,114) < L_{tabel} (0,150) dengan menggunakan uji Liliefors pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dalam uji hipotesis, uji keberartian koefisien regresi menggunakan tabel Analisis Varians (ANAVA) diperoleh F_{hitung} (13,32) > F_{tabel} (4,15) yang menyatakan koefisien regresi berarti. Sedangkan hasil uji linearitas koefisien regresi diperoleh F_{hitung} (1,75) < F_{tabel} (2,25) yang menunjukan bahwa model regresi yang digunakan adalah linier.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson menghasilkan r_{xy} sebesar 0,536 sedangkan hasil dari uji signifikansi diperoleh t_{hitung} sebesar 3,65 dan t_{tabel} sebesar 1,697. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi atribut produk dengan kepercayaan konsumen pada pupuk organik oleh anggota Koperasi Kelompok Tani ”Bagja” Karawang. Perhitungan koefisien determinasi sebesar 0,2873 ini berarti bahwa 28,73% variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan yang positif antara persepsi atribut produk dengan kepercayaan konsumen pada pupuk organik oleh anggota Koperasi Kelompok Tani ”Bagja” Karawang. Hal tersebut berarti Semakin baik persepsi atribut produk maka akan semakin tinggi tingkat kepecayaan kosumen.

ABSTRACT

GINE PUTRI PERTIWI, *The Correlation between Perception Product Attribute with Consumer Trust of Organic Fertilizer by Member of Farmer Group Cooperation "Bagja" Karawang. Thesis. Jakarta : Concentration of Cooperation Economic Education, Study Program of Economic Education, Economic and Administration Department, Economic Faculty, State University Of Jakarta, May 2009.*

Purpose of this research is to find valid and reliability data and facts about the possibility a positive correlation between perception product attribute of organic fertilizer with consumer trust at Farmer Group Cooperation "Bagja" Karawang.

The period of the research was two months, since April 2009 until May 2009. The research used survey methods by correlation approach. The population of this research were member of Farmer Group Cooperation "Bagja"from 6 district (stock center). While the sampling were 35 farmers from 2 district (stock center) that use organic fertilizer in last three season. The sampling technique was the simple random sampling technique.

The analysis test by finding regression equation, that is $\hat{Y}$= 83,73 + 0,353X. *The analysis conditional test proved the validation on variable Y to variable X is normal distributed. It is proved by the calculation that used Lilliefors test at significant level* (α) *= 0,05 that indicates* L_{count} *(0,114) <* L_{table} *(0,150).*

At the hypotesis test the significant using Analysis of Variance table. The result of the coefficient significant regression test indicates F_{count} *(13,32) >* F_{table} *(4,15). It state the formula of coefficient regression is significant. The result of the coefficient linear regression test indicates* F_{count} *(1,75) <* F_{table} *(2,25). It state the regression model is linear.*

The coefficient of correlation counted by Product Moment formula by Pearson indicates r_{xy} *= 0,536 while the result of correlation coefficient significant test indicates* t_{count} *= 3,65 and* t_{table} *= 1,697. Because the result shows* $t_{count} > t_{table}$*, the research indicates there is a significant correlation between perception product attribute with consumer trust of organic fertilizer by Farmer Group Cooperation "Bagja" Karawang. The counted of determination coefficient test indicates 0,2873, it means that 28,73% the variance of variable Y is determined by variable X.*

The conclusion of research shown that a positive correlation between perception product attribute with consumer trust of organic fertilizer by Member of Farmer Group Cooperation "Bagja" Karawang.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra.Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 195310021985032001

	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Sri Indah Nikensari, SE, M.Si NIP. 196208091990032001	Ketua	……	…….
2.	Dicky Iranto, SE, M.SE NIP. 197106122001121001	Sekretaris	……	…….
3.	Drs. Nurhalim Sabang M.Pd NIP. 194510101969101001	Penguji Ahli	……	…….
4.	Dr. I. Ketut R. Sudiarditha NIP. 195602071986021001	Pembimbing I	……	…….
5.	Ari Saptono, SE, M.Pd NIP. 197207152001121001	Pembimbing II	……	…….

Tanggal Lulus : 17 Juni 2009

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Impian dan cinta akan senantiasa saling memberi dan menerima antara satu dengan yang lainnya, sebagaimana yang dilakukan matahari sewaktu mendekati malam dan bulan manakala mendekati pagi.
(Kahlil Gibran)

**"Don't you ever scare to try something,
trust to your self that you can do it
Keep on praying
Keep on trying
Keep on smilling".**

Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT, shalawat serta salam teruntuk Muhammad SAW.
Kupersembahkan skripsi ini untuk Mama, Papa, adik-adiku tercinta serta orang-orang yang ku sayangi.
Doa restu, perhatian dan kasih sayang mereka adalah motivasi terbesar bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji serta syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Hubungan antara Persepsi Atribut Produk dengan Kepercayaan Konsumen Pada Pupuk Organik Oleh Anggota Koperasi Kelompok Tani "Bagja" Karawang.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain:

1. Bapak Dr. I Ketut R. Sudiarditha selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak. Ari Saptono, S.E, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
3. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Drs. Nurdin Hidayat, MM. M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi
5. Ibu Sri Indah Nikensari, SE, M.Si selaku Ketua Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi

6. Bapak. Hasan, Bapak Warnan, Bapak Bambang selaku Pegawai Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Karawang.
7. Bapak. Toni Afandi, SE selaku Ketua Koperasi Kelompok Tani "Bagja" Karawang.
8. Bapak. Ruslan selaku pengurus Koperasi Kelompok Tani "Bagja" Karawang.
9. Bapak. Drs. Dana Sutisna selaku pengurus Koperasi Global Quality System
10. Para petani Anggota Koperasi Kelompok Tani "Bagja" dan Koperasi Global Quality System yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
11. Raden Abdul Rahman, Dani, Resi, Dwi, serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi Angkatan 2005 yang telah memberikan semangat dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.

Secara khusus untuk seluruh keluarga dirumah, peneliti mengucapkan terima kasih tak terhingga untuk Mama dan Papa yang telah memberikan dukungan, kasih sayang dan doa yang tulus serta kesabarannya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan skripsi ini menjadi lebih baik. Peneliti mohon maaf jika ada kata-kata dalam penulisan skripsi ini kurang berkenan di hati pembaca. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Mei 2009

Gine Putri Pertiwi

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR LAMPIRAN ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Pembatasan Masalah 8
D. Perumusan Masalah 8
E. Kegunaan Penelitian 9

BAB II PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN PENGAJUAN HIPOTESIS
A. Deskripsi Teoretis
1. Kepercayaan Konsumen 10
2. Persepsi Atribut Produk 18
B. Kerangka Berpikir 30
C. Perumusan Hipotesis 32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Tujuan Penelitian 33
B. Tempat dan Waktu Penelitian 33
C. Metode Penelitian 33
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel 34
E. Instrumen Penelitian
1. Kepercayaan Konsumen
a. Definisi Konseptual 35
b. Definisi Operasional 35
c. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen 35
d. Validasi Instrumen Kepercayaan Konsumen 37
2. Persepsi Atribut Produk
a. Definisi Konseptual 39
b. Definisi Operasional 39
c. Kisi- kisi Instrumen Persepsi Atribut Produk 40
d. Validasi Instrumen Persepsi Atribut Produk 42
F. Konstelasi Hubungan antara Variabel 43
G. Teknik Analisis Data

Halaman

1. Mencari Persamaan Regresi 44
2. Uji Persyaratan Analisis
a. Uji Normalitas 44
b. UjiLinieritas Regresi 45
3. Uji Hipotesis
a. Uji Keberartian Regresi 45
b. Uji Koefisien Korelasi 47
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t) 47
d. Uji Koefisien Determinasi 48

BAB IV HASIL PENELITIAN
Profil Pupuk Organik 49
A. Deskripsi Data
1. Kepercayaan Konsumen 50
2. Persepsi Atribut Produk 54
B. Persamaan Regresi 57
C. Pengujian Persyaratan Analisis 58
D. Pengujian Hipotesis Penelitian 58
E. Interpretasi Penelitian 60
F. Keterbatasan Penelitian 62

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN
A. Kesimpulan 63
B. Implikasi 63
C. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA 66

LAMPIRAN

PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT IZIN PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1.	Instrumen Penelitian	68
2.	Data Hasil Uji Coba Variabel X	74
3.	Data Hasil Perhitungan Uji Validitas Skor Butir dengan Skor Total Variabel X	75
4.	Perhitungan Kembali Hasil Uji Coba Variabel X	76
5.	Data Hasil Perhitungan Kembali Hasil Uji Coba Variabel X	77
6	Data Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	78
7.	Data Hasil Uji Coba Variabel Y	79
8.	Data Hasil Perhitungan Uji Validitas Skor Butir dengan Skor Total Variabel Y	80
9.	Perhitungan Kembali Hasil Uji Coba Variabel Y	81
10.	Data Hasil Perhitungan Kembali Hasil Uji Coba Variabel Y	82
11.	Data Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	83
12.	Data Mentah Variabel Y (Kepercayaan Konsumen)	84
13.	Data Mentah Variabel X (Persepsi Atribut Produk)	85
14.	Hasil Data Mentah Variabel X dan Y	86
15.	Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepercayaan Konsumen)	87
16.	Grafik Histogram Variabel Y (Kepercayaan Konsumen)	88
17.	Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Persepsi Atribut Produk)	89
18.	Grafik Histogram Variabel X (Persepsi Atribut Produk)	90
19.	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian	91
20.	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X dan Y	92
21.	Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku	93
22.	Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana	94
23.	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y}$**= 83,73 + 0,353X**	95
24.	Grafik Persamaan Garis $\hat{Y}$**= 83,73 + 0,353X**	96
25.	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y}$**= 83,73 + 0,353X**	97
26.	Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y}$**= 83,73 + 0,353X**	98
27.	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y atas X	99
28.	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran	100
29.	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi	101
30.	Perhitungan Jumlah Kuadrat Galat Taksiran	102
31.	Perhitungan Uji Keberartian Regresi	103
32.	Tabel Anava Pengujian Keberartian dan Linieritas	104
33.	Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment	105

Lampiran Halaman

34. Perhitungan Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Product Moment (Uji-t) 106
35. Perhitungan Koefisien Determinasi 107
36. Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson 108
37. Tabel Kurva Normal Presentase 109
38. Tabel Nilai Kritis L untuk Uji Liliefors 110
39. Tabel Nilai-nilai Distribusi F 111
40. Tabel Nilai-nilai Distribusi t 115

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

III.1. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen 36
III.2 Skala Penilaian untuk Kepercayaan Konsumen..... 37
III.3. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Atribut Produk 40
III.4 Skala Penilaian untuk Persepsi Atribut Produk 42
III.5 Anava Regresi Linier Sederhana..... 46
IV.1. Distribusi Frekuensi Kepercayaan Konsumen 51
IV.2 Rata-rata hitung skor Indikator variabel Y 53
IV.3 Distribusi FrekuensiPersepsi Atribut Produk 54
IV.4 Rata-rata hitung skor Indikator variabel X 56
IV.5. ANAVA Untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinieran Persamaan Regresi Persepsi Atribut Produk dengan Kepercayaan Konsumen 59
IV.6. Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana X dan Y 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

IV.1 Grafik Histogram Kepercayaan Konsumen 52
IV.2 Grafik Histogram Persepsi Atribut Produk 55
IV.3 Persamaan Garis Regresi $\hat{\mathbf{Y}} = \mathbf{83,73 + 0,353X}$ 57