

INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, kewajaran harga, kualitas promosi, dan intensitas distribusi benih jagung hibrida PT Syngenta Indonesia pada kepuasan petani, serta pengaruh kepuasan petani tersebut terhadap loyalitas petani. Sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah konsumen benih jagung hibrida dari PT Syngenta Indonesia.

Metode yang digunakan untuk mengambil sampel penelitian adalah non probabilitas dengan tipe *purposive sampling* dengan data sebanyak 167 responden. Kriteria responden yang digunakan adalah konsumen yang telah menggunakan benih jagung hibrida Syngenta selama minimal dua kali musim tanam jagung atau dalam satu tahun terakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang didistribusikan secara langsung dan juga secara daring. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk, kewajaran harga, kualitas promosi, dan intensitas distribusi berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan petani. Begitu juga dengan kepuasan petani memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas petani.

Kata Kunci : persepsi kualitas produk, kewajaran harga, kualitas promosi, intensitas distribusi, bauran pemasaran, kepuasan petani, loyalitas petani, benih jagung hibrida

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality perceptions, price fairness, promotion quality, and distribution intensity on farmer's satisfaction also the effect of satisfaction on farmer's loyalty to corn hybrid seed products PT Syngenta Indonesia. The sample used in this study is the consumer's of hybrid corn seeds from PT Syngenta Indonesia. The method used to take the sample of this study is non probability with a type of purposive sampling with 167 respondents. Respondent criteria used are consumers who have used Syngenta hybrid corn seeds for at least two corn planting seasons or at least one year. Data collection is done by questionnaires that are distributed directly and also online. The method used for analysis is simple linear regression analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that perceptions of product quality, price fairness, promotion quality, and distribution intensity had a positive and significant effect on farmer satisfaction. Farmer satisfaction also gives a positive and significant influence on farmer loyalty.

Keywords: Perception of product quality, price fairness, promotion quality, distribution intensity, marketing mix, farmer satisfaction, farmer loyalty, corn hybrid seeds