

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Visual Packaging*, Citra Merek, Persepsi Risiko, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Benih Padi Premium oleh Petani di Kios Pertanian Kabupaten Ngawi, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. *Visual Packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian benih padi premium oleh petani di kios pertanian Kabupaten Ngawi. Artinya, semakin baik tampilan kemasan yang meliputi desain, warna, ilustrasi, kualitas bahan kemasan, serta kejelasan informasi produk, maka semakin tinggi pula keputusan petani untuk membeli benih padi premium. Sebaliknya, apabila kualitas visual kemasan menurun, maka keputusan pembelian petani juga cenderung menurun.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian benih padi premium oleh petani di kios pertanian Kabupaten Ngawi. Artinya, semakin baik citra merek yang dimiliki suatu produk benih, seperti reputasi yang baik, kualitas yang terpercaya, serta kemampuan merek dalam memberikan keyakinan kepada petani, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan. Sebaliknya, apabila citra merek menurun, maka tingkat keputusan pembelian juga akan menurun

3. Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian benih padi premium oleh petani di kios pertanian Kabupaten Ngawi. Artinya, semakin rendah risiko yang dirasakan petani terhadap penggunaan benih padi premium, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan. Sebaliknya, apabila petani memandang penggunaan benih memiliki risiko yang tinggi, baik risiko kegagalan panen maupun kerugian finansial, maka keputusan pembelian akan cenderung menurun.
4. Kelompok Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian benih padi premium oleh petani di kios pertanian Kabupaten Ngawi. Artinya, semakin besar pengaruh rekomendasi yang diberikan oleh sesama petani, kelompok tani, penyuluh pertanian, pemilik kios, maupun tokoh petani, maka semakin tinggi pula keputusan petani dalam membeli benih padi premium. Sebaliknya, apabila pengaruh kelompok referensi semakin rendah, maka keputusan pembelian juga cenderung menurun..
5. *Visual Packaging*, Citra Merek, Persepsi Risiko, dan Kelompok Referensi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian benih padi premium oleh petani di kios pertanian Kabupaten Ngawi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian petani dipengaruhi oleh kombinasi tampilan kemasan yang menarik, citra merek yang baik, persepsi risiko yang rendah, serta dukungan dari kelompok referensi. Keempat variabel tersebut secara bersama-sama

mampu meningkatkan keyakinan petani dalam memilih dan membeli benih padi premium.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Mengenai hasil dari kesimpulan dalam penelitian diatas, maka dapat dilakukan implikasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

a) Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam penelitian ini, *Visual Packaging* dan Citra Merek membentuk sikap positif petani terhadap benih padi premium melalui tampilan kemasan yang menarik dan reputasi merek yang baik, Kelompok Referensi mencerminkan norma subjektif melalui pengaruh rekomendasi dari sesama petani, kelompok tani, penyuluh pertanian, dan pemilik kios, sedangkan Persepsi Risiko menggambarkan kontrol perilaku yang dirasakan karena petani mempertimbangkan berbagai risiko sebelum melakukan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian benih padi premium, sehingga membuktikan bahwa keputusan pembelian petani

dipengaruhi oleh evaluasi terhadap produk, pengaruh lingkungan sosial, serta pertimbangan mengenai risiko yang mungkin dihadapi. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan perilaku pembelian petani serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk pertanian.

b) Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa produsen benih padi premium dan pemilik kios pertanian perlu memperhatikan seluruh faktor yang memengaruhi keputusan pembelian petani. Produsen perlu terus mengembangkan desain kemasan yang lebih menarik, informatif, mudah dikenali, serta menggunakan bahan kemasan yang berkualitas agar mampu meningkatkan daya tarik produk di mata petani.

Selain itu, citra merek perlu dipertahankan melalui konsistensi mutu benih, peningkatan kualitas produk, serta penyampaian informasi yang akurat mengenai keunggulan benih. Produsen juga perlu mengurangi persepsi risiko petani dengan memberikan jaminan mutu, sertifikasi benih, petunjuk penggunaan yang jelas, dan bukti keberhasilan penggunaan benih di lapangan. Di sisi lain, kerja sama dengan kelompok tani, penyuluh pertanian,

pemilik kios, dan tokoh petani perlu terus ditingkatkan karena mereka merupakan sumber informasi yang dipercaya oleh petani dalam menentukan pilihan benih. Dengan memperhatikan keempat aspek tersebut secara bersamaan, produsen benih premium diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan petani, memperkuat daya saing produk, serta meningkatkan keputusan pembelian benih padi premium di Kabupaten Ngawi.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat disampaikan saran-saran berikut :

1. Bagi Produsen Benih Padi Premium dan Pemilik Kios Pertanian

Berdasarkan hasil penelitian, *Visual Packaging*, Citra Merek, Persepsi Risiko, dan Kelompok Referensi secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian benih padi premium. Oleh karena itu, produsen benih padi premium disarankan untuk terus meningkatkan kualitas desain kemasan dengan memperhatikan kombinasi warna yang menarik, informasi produk yang lengkap, ilustrasi yang representatif, serta bahan kemasan yang lebih kuat dan tahan terhadap penyimpanan.

Selain itu, produsen perlu menjaga reputasi merek melalui konsistensi kualitas benih dan peningkatan pelayanan kepada konsumen. Untuk mengurangi persepsi risiko petani, produsen disarankan memberikan informasi teknis yang lebih lengkap

mengenai karakteristik benih, daya tumbuh, potensi hasil panen, serta cara budidaya yang tepat. Pemilik kios pertanian juga diharapkan lebih aktif memberikan edukasi dan rekomendasi kepada petani mengenai benih yang sesuai dengan kondisi lahan sehingga petani memiliki keyakinan yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi keputusan pembelian benih padi premium karena masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang belum dianalisis. Variabel yang dapat dipertimbangkan antara lain harga, kualitas produk, promosi, kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, persepsi nilai (*perceived value*), kualitas layanan kios pertanian, kemudahan memperoleh produk, maupun inovasi produk.

Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada wilayah atau kabupaten lain, jenis benih tanaman yang berbeda, maupun sektor agribisnis lainnya sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk pertanian. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau *mixed methods*, agar

diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku petani dalam mengambil keputusan pembelian