

**PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA, SOSIAL BUDAYA,
PSIKOLOGIS PETANI, DAN KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ORGANIK UNTUK
KELAPA SAWIT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Ferri Masrur

2121 31614

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JANUARI 2025**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA, SOSIAL BUDAYA, PSIKOLOGIS PETANI, DAN KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ORGANIK UNTUK KELAPA SAWIT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FERRI MASRUR

Nomor Induk Mahasiswa: 212131614

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 16 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Penguji



Maria Pampa Kumalaningrum, Dr., SE., M.Si.



Yogyakarta, 21 Januari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta



Ketua
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, faktor sosial budaya (hubungan antar personal), faktor psikologis petani, dan keberlanjutan lingkungan terhadap keputusan pembelian pupuk organik pada petani kelapa sawit di Provinsi Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS versi 25 dengan data yang diperoleh dari 216 responden petani kelapa sawit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, psikologis petani, dan keberlanjutan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik. Sedangkan, faktor sosial budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk organik kelapa sawit. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran petani terhadap manfaat keberlanjutan lingkungan dan motivasi psikologis, serta persepsi terhadap harga pupuk organik, berperan penting dalam menentukan pilihan mereka.

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memberikan wawasan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk merancang kebijakan dan strategi promosi yang lebih efektif dalam mendorong adopsi pupuk organik. Program penyuluhan dan subsidi harga dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan minat petani terhadap praktik pertanian berkelanjutan.

Kata kunci: Keterjangkauan Harga, Sosial Budaya, Psikologis Petani, Keberlanjutan Lingkungan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu produsen utama kelapa sawit di dunia, yang menjadi pilar ekonomi penting bagi Negara (Purba & Sipayung, 2018). Kelapa sawit menjadi komoditas strategis karena nilai ekspor yang tinggi dan perannya dalam memenuhi kebutuhan minyak nabati global. Sektor ini juga memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja di pedesaan serta menjadi sumber pendapatan utama bagi jutaan petani sawit kecil.

Di tengah meningkatnya kesadaran akan isu keberlanjutan, pupuk organik mulai diperkenalkan sebagai alternatif yang ramah lingkungan untuk menggantikan pupuk kimia (Jemly Lengkon, 2024). Pupuk organik tidak hanya meningkatkan kesuburan tanah secara

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

alami tetapi juga dapat mengurangi emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari praktik pertanian konvensional. Bagi petani kelapa sawit, harga sering kali menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian pupuk.

Harga pupuk organik yang lebih tinggi dibandingkan dengan pupuk kimia konvensional sering kali menjadi hambatan bagi petani untuk beralih ke pupuk yang lebih ramah lingkungan (Tono, 2022). Persepsi harga ini sangat penting untuk diteliti guna memahami sejauh mana petani bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk kelestarian lingkungan.

Sosial budaya dan hubungan antar personal, termasuk pengaruh dari kelompok tani, rekan sejawat, atau peran penyuluh, dapat mempengaruhi keputusan petani dalam memilih jenis pupuk (Yusup, 2018). Keterlibatan dalam kelompok tani dan interaksi sosial lainnya memungkinkan adanya pertukaran informasi dan pengalaman yang bisa mendorong atau menghambat adopsi pupuk organik.

Keyakinan dan persepsi psikologis petani terhadap manfaat dan efektivitas pupuk organik juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian (Lubis, 2017). Petani yang percaya bahwa pupuk organik dapat memberikan hasil yang baik dan meningkatkan produktivitas cenderung lebih terbuka untuk mencobanya, sementara yang skeptis cenderung lebih berhati-hati. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya praktik pertanian berkelanjutan, beberapa petani mulai mempertimbangkan dampak lingkungan dari pilihan pupuk mereka. Namun, faktor keberlanjutan ini masih menghadapi tantangan karena keterbatasan pengetahuan serta kurangnya dukungan yang memadai dalam bentuk insentif atau program dari pemerintah.

Petani kecil menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi pupuk organik, mulai dari keterbatasan finansial hingga kurangnya akses informasi. Untuk itu, penting untuk memahami

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat minat mereka dalam penggunaan pupuk organik agar dapat dirancang strategi intervensi yang lebih efektif.

Penyuluhan yang efektif dapat membantu petani memahami manfaat pupuk organik dan cara aplikasinya. Penyuluh berperan sebagai agen perubahan yang dapat memfasilitasi peningkatan pemahaman petani mengenai pertanian berkelanjutan serta memberikan panduan praktis untuk mengoptimalkan penggunaan pupuk organik.

Kebijakan pemerintah yang mendukung penggunaan pupuk organik, seperti subsidi atau program pelatihan, akan sangat membantu dalam meningkatkan adopsi pupuk organik. Tanpa adanya dukungan kebijakan, adopsi pupuk organik akan sulit tercapai karena terbatasnya insentif bagi petani.

Dalam banyak kasus, harga pupuk organik yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pupuk kimia menjadi faktor utama yang menghalangi petani. Namun, persepsi ini dapat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan petani, skala usaha, serta ketersediaan subsidi yang dapat meringankan beban biaya.

Aspek sosial budaya seperti adat istiadat dan nilai-nilai lokal juga berperan dalam menentukan preferensi pupuk di kalangan petani. Di beberapa daerah, rekomendasi dari sesama petani, pemimpin desa, atau tokoh masyarakat dapat sangat memengaruhi pilihan petani terhadap jenis pupuk yang akan digunakan.

Keyakinan psikologis mengenai efektivitas dan kualitas pupuk organik sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ketika petani merasa yakin bahwa pupuk organik lebih baik untuk kesehatan tanah dan produktivitas tanaman, mereka cenderung lebih terbuka untuk menggunakannya meskipun harganya lebih tinggi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Meningkatnya kesadaran lingkungan menjadi salah satu motivasi bagi petani yang memiliki perhatian terhadap dampak jangka panjang dari aktivitas pertanian. Namun, pengetahuan yang kurang tentang manfaat pupuk organik dalam menjaga ekosistem sering kali menjadi hambatan bagi petani.

Interaksi sosial di antara petani menciptakan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan pandangan tentang manfaat pupuk organik. Dukungan dari sesama petani atau kelompok tani bisa menjadi faktor pendorong yang kuat bagi petani yang ragu untuk mencoba pupuk organik.

Perubahan dari pupuk kimia ke pupuk organik membutuhkan keyakinan psikologis yang kuat dari petani untuk menerima risiko perubahan (Rinardi et al., 2019). Sikap mental yang optimis terhadap keberlanjutan dan dampak positif dari pupuk organik dapat membantu mereka mengatasi keraguan dan hambatan psikologis. Komitmen terhadap lingkungan hidup akan menentukan seberapa besar niat petani untuk menggunakan pupuk organik, terutama ketika mereka merasakan adanya manfaat langsung seperti kualitas tanah yang lebih baik dan produktivitas tanaman yang stabil.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan petani kelapa sawit dalam membeli pupuk organik. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam menyusun strategi promosi pupuk organik yang lebih efektif serta sesuai dengan kebutuhan petani.

Landasan Teori

Teori Rencana Perilaku (*Theory of Planned Behavior – TPB*)

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) adalah salah satu model paling berpengaruh dalam psikologi sosial untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(Achmat, 2010). TPB dikembangkan oleh Icek Ajzen sebagai perpanjangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang awalnya berfokus pada hubungan antara niat (*intention*) dan perilaku (*behavior*).

Komponen Utama dari TPB:

1. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward Behavior*)

Sikap adalah evaluasi seseorang terhadap suatu perilaku, apakah ia memandang perilaku tersebut positif atau negatif.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang mengenai ekspektasi sosial yang berasal dari orang-orang penting dalam hidupnya, seperti keluarga, teman, atau masyarakat.

3. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*)

Perceived behavioral control (PBC) adalah salah satu kontribusi kunci TPB yang tidak ada dalam TRA.

4. Niat (*Intention*)

Niat adalah faktor terdekat dan langsung yang memprediksi apakah seseorang akan melakukan perilaku tertentu.

5. Perilaku (*Behavior*)

Pada akhirnya, perilaku adalah tindakan nyata yang diambil oleh individu. Menurut TPB, perilaku dipengaruhi oleh niat dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.

Hubungan Antara Komponen-Komponen:

1. *Attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control* semuanya berinteraksi untuk membentuk *intention* (niat) seseorang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. *Perceived behavioral control* juga dapat mempengaruhi perilaku secara langsung, di luar pengaruh niat. Dalam kasus ini, jika seseorang memiliki kontrol yang kuat atas faktor-faktor yang relevan (misalnya, sumber daya atau kemampuan yang diperlukan), ia mungkin akan tetap melakukan perilaku meskipun niatnya lemah.

Keterjangkauan Harga

Menurut Brestilliani dan Suhermin (2020), harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk atau jasa. Sementara itu, menurut Kodu (2013), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dalam konteks bauran pemasaran, harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan tiga elemen lainnya (produk/kualitas, distribusi, dan promosi) justru memunculkan biaya atau pengeluaran.

Sosial Budaya

Teori sosial budaya dengan fokus pada hubungan antar personal menekankan bahwa interaksi antara individu, terutama dalam lingkungan sosial tertentu. Menurut (Bandura, 1977) teori ini menjelaskan bahwa individu belajar melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain, terutama yang memiliki kedekatan atau hubungan erat, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja.

Psikologis Petani

Psikologi Petani adalah pendekatan yang menganalisis bagaimana faktor psikologis memengaruhi perilaku dan keputusan petani, khususnya dalam memilih dan menggunakan teknologi atau praktik pertanian tertentu, seperti pupuk organik. Menurut (Rogers, 1983) individu termotivasi untuk mengambil tindakan perlindungan dalam menghadapi ancaman.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keberlanjutan Lingkungan

Keberlanjutan Lingkungan adalah pendekatan yang berfokus pada prinsip-prinsip dan praktik yang mendukung pelestarian sumber daya alam dan keseimbangan ekosistem untuk jangka panjang. Dalam konteks pertanian, teori keberlanjutan lingkungan mengkaji bagaimana praktik pertanian. Menurut (Siregar, 2023) menekankan bahwa keberlanjutan harus mempertimbangkan tiga pilar utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pengalaman mereka dalam mempelajari, memilih, menggunakan, hingga membuang suatu produk. Sementara itu, menurut Pura dan Madiawati (2021), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri mencakup tindakan-tindakan yang terlibat secara langsung dalam upaya memperoleh, menentukan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan setelah tindakan tersebut dilakukan.

Pengembangan Hipotesis

H1 : Keterjangkaun Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik

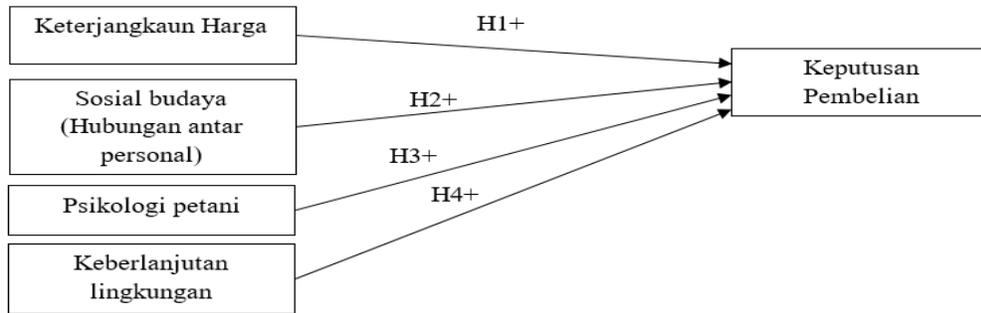
H2 : Sosial Budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik.

H3 : psikologis petani berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik.

H4 : keberlanjutan lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik

Kerangka Penelitian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian Pupuk Organik Untuk kelapa Sawit

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : Keterjangkaun Harga

X2 : Sosial Budaya

X3 : Psikologis Petani

X4 : Keberlanjutan Lingkungan

E : Standard Error

exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat:

Deskripsi Data

Pada tanggal 26 november sampai 11 desember melakukan penyebaran kuesioner kepada petani kelapa sawit yang berada di Provinsi Jambi serta mendapatkan 228 responden, 216 responden yang menggunakan pupuk organik. Deskripsi data yang diperoleh yaitu: Nama,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jenis kelamin, Mempunyai kebun kelapa sawit di provinsi Jambi, Kebun kelapa sawit yang menggunakan pupuk organik, Berapa kali dalam setahun untuk memupuk kebun kelapa sawit.

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil Deskriptif Statistik

dari

Descriptive Statistics

hasil

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RATA X1	216	1.00	5.00	4.1171	.62359
RATA X2	216	1.00	5.00	4.0208	.61386
RATA X3	216	1.00	5.00	3.8023	.70542
RATA X4	216	1.00	5.00	4.1736	.51163
Y	216	1.00	5.00	4.2000	.60108
Valid N (listwise)	216				

deskriptif statistik di atas, dapat dijabarkan informasi sebagai berikut:

1. Variabel Keterjangkaun Harga: Nilai terendah adalah 1,00, sementara nilai tertinggi adalah 5,00. Sebagian besar responden cenderung setuju dengan pernyataan yang diajukan, yang terlihat dari rata-rata nilai yang mencapai 4.1171. Ada beberapa responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, yang tercermin dari nilai minimum 1,00. Standar deviasi untuk variabel ini adalah 0,62359.
2. Variabel Sosial Budaya: Nilai terendah adalah 1,00 dan nilai tertinggi adalah 5,00. Sebagian besar responden menjawab cenderung setuju yang terlihat dari rata-rata nilai yang diperoleh adalah 4,0208. Ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, yang tercermin dari nilai minimum 1,00. Standar deviasi untuk variabel ini adalah 0,61386.
3. Variabel Psikologis Petani: Nilai terendah adalah 1,00 dan nilai tertinggi adalah 5,00. Rata-rata nilai yang diperoleh adalah 3,8023, Ada yang menjawab responden cenderung setuju dengan pernyataan ini. Walaupun demikian, ada beberapa responden yang sangat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tidak setuju, yang tercermin dari nilai minimum 1,00. Standar deviasi untuk variabel ini adalah 0,70542.

4. Variabel Keberlanjutan Lingkungan: Nilai terendah adalah 1,00, sedangkan nilai tertinggi mencapai 5,00. Rata-rata nilai yang diperoleh adalah 4,1736, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung setuju dengan pernyataan tersebut. yang tercermin dari nilai minimum 1,00. Mayoritas responden sangat tidak setuju dengan standar deviasi untuk variabel ini adalah 0,51163.
5. Variabel Keputusan Pembelian: Nilai terendah adalah 1,00, sedangkan nilai tertinggi mencapai 5,00. Rata-rata nilai yang diperoleh adalah 4,2000, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung setuju dengan pernyataan tersebut. Namun, ada juga responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, yang tercermin dari nilai minimum 1,00. Standar deviasi untuk variabel ini adalah 0,60108.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

VARIABEL	ITEM	r HITUNG	r TABEL	KETERANGAN
HARGA X1	X1.1	0.768	0,112	VALID
	X1.2	0.588	0,112	VALID
	X1.3	0.817	0,112	VALID
SOSIAL BUDAYA X2	X2.1	0.699	0,112	VALID
	X2.2	0.599	0,112	VALID
	X2.3	0.712	0,112	VALID
PSIKOLOGIS PETANI X3	X3.1	0.767	0,112	VALID
	X3.2	0.532	0,112	VALID
	X3.3	0.598	0,112	VALID
KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN X4	X3.1	0.617	0,112	VALID
	X3.2	0.522	0,112	VALID
	X3.3	0.605	0,112	VALID
	X3.4	0.619	0,112	VALID
	X3.5	0.589	0,112	VALID
	X3.6	0.580	0,112	VALID

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KEPUTUSAN PEMBELIAN Y	Y1	0.698	0,112	VALID
	Y2	0.682	0,112	VALID
	Y3	0.746	0,112	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan dalam tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini valid, karena nilai r hitung yang diperoleh lebih besar dari pada nilai r tabel.

4.3.1. Uji Reabilitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Reabilitas

VARIABEL	<i>Cronbach Alpha</i>	KETERANGAN
HARGA (X1)	0,556	Reliabel
SOSIAL BUDAYA (X2)	0,656	Reliabel
PSIKOLOGIS PETANI (X3)	0,526	Reliabel
KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN (X4)	0,622	Reliabel
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	0,504	Reliabel

dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Sosial Budaya dan Keberlanjutan Lingkungan lebih besar dari kriteria yaitu 0,60. Untuk variabel Keterjangkaun Harga, Psikologis Petani dan Keputusan Pembelian memiliki nilai cronbach alpha dibawah 0,60. Nilai *Cronbach's Alpha* antara 0,5 hingga 0,6 masih dianggap dapat diterima, terutama pada tahap pengembangan instrumen baru atau dalam penelitian yang bersifat eksploratori.

Uji Normalitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas

Runs Test	
	Unstandardized Residual

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Test Value ^a	0,06852
Cases < Test Value	108
Cases >= Test Value	108
Total Cases	216
Number of Runs	110
Z	0,136
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,892

a. Median

Hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,892 dan hal ini berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga	0,682	1,465
Sosial Budaya	0,788	1,270
Psikologis Petani	0,820	1,220
Keberlanjutan Lingkungan	0,636	1,573

Melalui tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini secara keseluruhan tidak terjadi multikolinearitas karena hasil yang didapatkan pada *VIF* lebih kecil dari 10,00 sedangkan pada nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10.

Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(Constant)	1,984	1,640		1,209	0,228
TOTAL_X1	0,000	0,113	0,000	0,002	0,998
TOTAL_X2	-0,061	0,107	-0,044	-0,576	0,565
TOTAL_X3	0,036	0,091	0,030	0,401	0,689
TOTAL_X4	-0,116	0,071	-0,139	-1,625	0,106

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel di atas, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas, karena setiap variabel yang diuji memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,298	0,836		1,552	0,122
	Total_X1	0,174	0,058	0,181	3,020	0,003
	Total_X2	0,064	0,054	0,066	1,179	0,240
	Total_X3	0,098	0,046	0,115	2,106	0,036
	Total_X4	0,290	0,036	0,496	7,972	0,000

Variable: Total a. Dependent_Y1

Dari Analisis di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,298 + 0,174 X1 + 0,064 X2 + 0,098 X3 + 0,290 X4 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Nilai konstanta 1,298 dapat diartikan apabila variabel keterjangkaun harga, sosial budaya, psikologis petani dan keberlanjutan lingkungan tidak ada, maka keputusan pembelian sebesar 1,298.
2. Koefisien regresi keterjangkaun harga sebesar 0,174 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga (persepsi harga) dan keputusan pembelian.
3. Koefisien regresi sosial budaya sebesar 0,064 menunjukkan adanya hubungan positif antara faktor sosial budaya (hubungan antar personal) dan keputusan pembelian.
4. Koefisien regresi psikologis petani sebesar 0,098 menunjukkan adanya hubungan positif antara faktor psikologis petani dan keputusan pembelian.
5. Koefisien regresi keberlanjutan lingkungan sebesar 0,290 dapat diartikan keberlanjutan lingkungan dan keputusan pembelian memiliki hubungan searah.

Uji Simultan dengan Uji F

Tabel 4.4
Hasil Uji Simultan dengan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	330,167	4	82,542	48,951	0,000 ^b
	Residual	355,791	211	1,686		
	Total	685,958	215			

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X3, Total_X2, Total_X1

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, maka didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ yang berarti hal ini menunjukkan bahwa model layak untuk digunakan.

Uji Parsial dengan Uji T

Hasil Uji Parsial dengan Uji T

Variabel	Koefisien regresi	Nilai t	Signifikansi	Keterangan
----------	-------------------	---------	--------------	------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keterjangkaun Harga	0,174	3,020	0,003	Hipotesis 1 diterima
Sosial Budaya	0,064	1,179	0,240	Hipotesis 2 ditolak
Psikologis Petani	0,098	2,106	0,036	Hipotesis 3 diterima
Keberlanjutan Lingkungan	0,290	7,972	0,000	Hipotesis 4 diterima

Persamaan regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Variabel pertama, yaitu Keterjangkaun Harga, memiliki koefisien regresi sebesar 0,174 (positif) dengan nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. **diterima.**
2. Variabel kedua yaitu sosial budaya memiliki koefisien regresi 0,064 (positif) dan nilai signifikansi $0,240 > 0,05$, **ditolak.**
3. Variabel ketiga, yaitu psikologis petani, memiliki koefisien regresi sebesar 0,098 (positif) dengan nilai signifikansi 0,036 yang lebih kecil dari 0,05. **diterima.**
4. Variabel keempat, yaitu keberlanjutan lingkungan, memiliki koefisien regresi sebesar 0,290 (positif) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. **diterima.**

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,694 ^a	0,481	0,471	1,29854

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X3, Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y1

Berdasarkan hasil pada tabel, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,471 menunjukkan bahwa 47,1% keputusan pembelian konsumen terhadap pupuk organik untuk kelapa sawit dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model (Keterjangkaun Harga, Sosial Budaya, Psikologis Petani, dan Keberlanjutan Lingkungan). Sementara itu, 52,%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sisanya mencerminkan variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini, yang berarti terdapat faktor-faktor di luar model yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, peneliti akan memberikan penjelasan lebih rinci dalam pembahasan berikut ini.

1. Pengaruh keterjangkaun harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keterjangkaun harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik untuk kelapa sawit.

2. Pengaruh sosial budaya terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian ini sejalan terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hudani, 2020) yang menyatakan bahwa variabel faktor sosial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Meskipun petani mungkin mempertimbangkan nilai-nilai lokal terkait keberlanjutan dan kelestarian lingkungan mereka.

3. Pengaruh psikologis petani terhadap keputusan pembelian

Schermerhorn et al. (2011) menjelaskan bahwa faktor psikologis, termasuk kebutuhan, motivasi, dan kepercayaan, dapat memengaruhi keputusan pembelian individu dalam konteks tertentu, termasuk di sektor agribisnis.

4. Pengaruh keberlanjutan lingkungan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik untuk kelapa sawit.

Kesimpulan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Keterjangkauan Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik kelapa sawit. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi uji t sebesar 0,003, yang lebih kecil dari 0,05, serta koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,174.
2. Sosial budaya tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pupuk organik kelapa sawit. Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi uji t sebesar 0,240, yang lebih besar dari 0,05, dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,064.
3. Faktor psikologis petani berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik kelapa sawit. Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi uji t sebesar 0,036, yang lebih kecil dari 0,05, dengan koefisien regresi positif sebesar 0,098.
4. Keberlanjutan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pupuk organik kelapa sawit. Hal ini terbukti dari tingkat signifikansi uji t sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,290.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat berikan saran sebagai berikut:

1. Untuk mendorong keberhasilan dalam adopsi pupuk organik di kalangan petani, perlu diperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan mereka. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan petani dalam penggunaan pupuk organik harus disesuaikan dengan perbedaan karakteristik dan kebutuhan yang ada, termasuk faktor jenis kelamin serta aspek lainnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Untuk peneliti selanjutnya menambah variabel dan memperluas objek penelitian ini agar memperlihatkan perbedaan atas hasil penelitian ini dengan penelitian selanjutnya sehingga akan menambah wawasan dan kebaruan pengetahuan.
3. Mengingat bahwa sebagian besar petani yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki kebun kelapa sawit dan telah menggunakan pupuk organik, disarankan agar pemerintah atau instansi terkait memperkuat program penyuluhan dan pelatihan mengenai manfaat penggunaan pupuk organik secara berkelanjutan.

Keterbatasan Penulisan

1. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan pada cakupan responden dan lokasi, karena hanya melibatkan petani kelapa sawit di Provinsi Jambi dengan jumlah sampel sebanyak 216 responden. Kondisi ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian ke petani di wilayah lain yang mungkin memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang berbeda.
2. Karena penelitian ini di arahkan ke petani kelapa sawit di daerah Provinsi Jambi, sebagian kecil responden tidak mengetahui tentang kuesioner dengan Skala Likert, dan beberapa juga mengabaikan pertanyaan kuesioner penelitian ini.
3. Selain itu, instrumen pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert bergantung pada persepsi subjektif dari responden. Jika responden kurang memahami pertanyaan yang diajukan, hal ini dapat memunculkan potensi bias dalam jawaban yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1–20.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs.
- Banunaek, M. F., Muhammad, E. V., Mahardika, C. B., Abineno, J. C., Puay, Y., & Pobas, M. (2022). Pengaruh Psikologi Petani terhadap Penerapan Inovasi Teknologi Fermentasi Jagung Bose pada Gapoktan Setetes Madu Fatuleu Desa Camplong II, Kabupaten Kupang. *Jurnal Penyuluhan*, 18(02), 336–346.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh brand awareness, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace shopee (studi pada mahasiswa stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Budiman, M. E. A., Yuhbaba, Z. N., & Silvanasari, I. A. (2021). Kesehatan Mental Petani Selama Masa Pandemi COVID-19 di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Penelitian Kesehatan "SUARA FORIKES" (Jurnal of Health Research "Forikes Voice")*, 12, 94–97.
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik pelaksanaan penelitian kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).
- Fadillah, S., Pristiyono, P., & Zufrie, Z. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mitra Dalam Pemasaran Pupuk Organik Sitio Sahabat Tani Rantauprapat. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 375–386.
- Febiana, D. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Pada Biker's Resto Dan Cafe Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press : Semarang., 2016
- Hair, J. f, black, william c, babin, barry j, & anderson, rolf e. (2019). *Multivariate data analysis. cengage learning, emea*.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99–107.
- Imanuel, O. J. (2013). Analisis keputusan pembelian konsumen melalui media online (E-marketing). *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(2), 17909.
- Jemly Lengkong, S. (2024). *Ekologi Pertanian Organik dan Berkelanjutan*. Deepublish.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education .

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Lubis, M. I. (2017). *Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung*. Universitas Lampung (Unila).
- Nainggolan, E. L., Lodan, K. T., & Salsabila, L. (2023). Menuju Keberlanjutan Lingkungan: Keterlibatan Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah Kota Batam. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 9(2), 179–188.
- Nassaji, H. (2015). *Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis*. *Language Teaching Research*, 19(2), 129–132.
- Pratiwi, M. Y., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu 2BEAT. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204–216.
- Purba, J. H. V., & Sipayung, T. (2018). *Perkebunan kelapa sawit indonesia dalam perspektif pembangunan berkelanjutan*. *Masyarakat Indonesia*, 43(1).
- Ridha, N. (2017). *Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian*. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Rinardi, H., Masruroh, N. N., Maulany, N. N., & Rochwulaningsih, Y. (2019). Dampak revolusi hijau dan modernisasi teknologi pertanian: Studi kasus pada budi daya pertanian bawang merah di Kabupaten Brebes. *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 4(2), 125–136.
- Rogers, R. W. (1983). *Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation*. *Social Psychology: A Source Book*, 153–176.
- Santosa, S. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Satria, A. (2023). Analisis Keberlanjutan Lingkungan dalam Pengembangan Sektor Pariwisata: Perspektif Ekonomi Lingkungan di Destinasi Wisata. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 1(1), 16–23.
- Sekaran, U. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*.
- Siregar, M. A. R. (2023). *Peran Pertanian Organik Dalam Mewujudkan Keberlanjutan Lingkungan Dan Kesehatan Masyarakat*. Universitas Sumatera Utara (USU).
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung, 170–182.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). "Making Sense of Cronbach's Alpha." *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tono, T. (2022). Pertanian Berbasis Ramah Lingkungan: Meningkatkan Produktifitas dan Mengurangi Biaya. *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*, 14(1), 51–65.

Yusup, A. R. (2018). *Peran Penyuluhan Swadaya Dalam Merubah Perilaku Petani Pada Program Pengendalian Hama Terpadu (PHT) Komoditas Padi*. Universitas Lampung (Unila).

