

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David, Georges. Day. 2010. *Marketing Research*. USA: John Willey & Sons Inc.
- Agung, Abul Harits. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Setan Jember. Tesis—Universitas Jember.
- Agus Supandi Soegoto. 2010. Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap, Kepuasan Konsumen Pt. Nusa Tongkaina Wisata Tirta (Ntw) Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Alizade R, Mehrani R, Didekhani H. 2014. A study on the effect of selected marketing mix elements on brand equity with mediating role of brand equity in etka chain stores - Golestan province. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 3(11a):184-188.
- Ameriana M. 2008. Perilaku Petani Sayuran dalam Menggunakan Pestisida Kimia. *J.Hort.* 18(1):95-106.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI). Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press
- Basu, Swastha. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Bilson, Simamora. 2018. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Surabaya: Pustaka Utama.
- David W. Cravens. 2015. *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga Jakarta.
- Djojosumarto, P. 2010. Teknik Aplikasi Pestisida Tanaman. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

- Dodi S, Ridho D, dan Fahmi. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Benih Cap Kapal Terbang di Jawa Barat. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 (3). ISSN : 2528 – 5149.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing*. Jakarta : Pt Buku Kita.
- Hasibuan, R. 2015. *Insektisida Organik Sintetik dan Biorasional*. Bandar Lampung: Plantaxia.
- Husein, Umar. 2015. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kementrian, Pertanian. 2011. *Pedoman Umum Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP)*. Kementrian Pertanian. 46 hal.
- Komisi Pestisida Departemen Pertanian. 2015. *Metode Pengujian Residu Pestisida dalam Hasil Pertanian*: 146-147.
- Kotler ,Philip, Armstrong gary. 2012. *Principle of Marketing*. Boston; Pearson Education
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong, 2018, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa Damos Sihombing. Penerbit PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Munarfah, Andi, dan Muhammad Hasan. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta : CV. Pratika Aksara Semesta.
- Nizma C, & Siregar D, A. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Di Kalangan Petani Padi Pada Kelompok Tani Di Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara. *Proceedings*

Profesionalisme Akuntan Menuju Sustainable Business Practice. ISSN : 2252 – 3936.

Nugroho. J. Setiadi. 2013. Perilaku konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Bogor:Prenada Media.

Nur Zalam. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Benih Hortikultura CV. Sumber Horti Nasional. Magister Agribisnis. Vol 19 (1). ISSN : 1829 – 7889.

Panut Djojosumarto. 2008. Pestisida dan Aplikasinya. PT Agromedia Pustaka. Jakarta.

Parinsi Kristina. 2017. Analisis Pendapatan Usaha Tani Bawang Merah di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Jurnal Economix. Vol 5 (1).

Pasek, I M, Ambarawati I, dan Sukmawati. 2014. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. Jurnal Manajemen Agribisnis. Vol 2 (1). ISSN : 2355 – 0759.

Rachmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2.

Ratih Hurriyati, 2005, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Schifman, L. G. dan Kanuk, L. L. 2017. *Consumer Behaviour* 9th edition New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Sriwijayanti, T., N.. 2008. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit BRI (Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Solo Slamet Riyadi). Tesis. Universitas Sebelas Maret :Surakarta.

Subiyakto Sudarmo. 2007. Pestisida. Kanisius. Yogyakarta.

Suci Wulan Devi, 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah dan Sayur Sistem Ritel Di Pasar Buah Pekanbaru. Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sulistiyowati. 2015. *Pengantar Ilmu dan Metodologi*. Yogyakarta. Citra Aji Pratama.
- Sumantri A, Edwina, dan Eliza. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pestisida Di UD. Agrimart Sejahtera Kota Pangkalan Kerinci Kabupaten Palalawan. *Jom Faperta*. Vol 2 (2).
- Sumarwan, 2013, *Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Suryani, Tatik, 2008, *Perilaku Konsumen ; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu, Jakarta
- Tjiptono. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Tjitrosoepomo, Gembong. 2010. *Taksonomi Tumbuhan Spermatophyta*. Yogyakarta: Gajah Mada University press.
- Triharyanti E, Samanhudi, Pujiasmanto B, dan Purnomo D. 2013. *Kajian Pembibitan Dan Budidaya Bawang Merah (Allium Ascalonicum L) Nekakui Biji Botai(True Shallot Seed)*.
- WHO. *World Health Statistic Report 2015*. Geneva: World Health Organization;.
- Yasin, M. & Ms. Saenong. 2015. *Prospek Pengelolaan Organisme Pengganggu Tanaman dengan Memanfaatkan Perstisida Biologi: Prosiding Seminar Prospek Sub Sektor Pertanian menghadapi Era AFTA*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Zikmund, William G., et al. 2011. *Business Research Methods (eight edition)*. South Western, USA: Cengage Learning.
- Zuhdi, Ahmad. 2013. Pengaruh Merek dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi

Kasus pada Toko Pia Saronde). Fakultas Ekonomi :
Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN

A. Dokumentasi Penelitian









**DAFTAR PERTANYAAN PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK PESTISIDA ANTRACOL 70 WP DI KABUPATEN ENREKANG
(Studi Kasus Pada Petani Bawang Merah Yang Menggunakan Pestisida Di Kecamatan Anggeraja)**

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Pilih salah satu jawaban dal; masing-masing pertanyaan.
2. Berikan tanda if (cheklist) pada salah satu tanda 0 di depan pilihan yang telah disediakan.
3. Berikan alasan untuk masing-masing jawaban yang ibu/bapak pilih untuk jawaban yang membutuhkan jawaban seobyektif mungkin.

I. Identitas Responden

No. Responden :

Lokasi Sampel :

Karakteristik Responden

Nama : (P/L)

Umur : Tahun

Pendidikan :

Pekerjaan :

Penghasilan Keluarga/Bulan :

**II. Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen
Dalam Pembelian Produk Pestisida Antracol 70 Wp Di Kabupaten Enrekang**

Berikan tanda ./ (cheklis) pada pilihan jawaban yang telah disediakan menurut penilaian Bapak/Ibu terhadap pembelian produk pestisida antracol 70 WP di Kabupaten Enrekang.

A.	Produk	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik
1.	Bagaimana mutu produk pestisida antracol 70 WP ?					
2.	Bagaimana kemasan/packing dalam bentuk botol maupun pack pada pestisida antracol 70 WP ?					
3.	Bagaimana Label informasi tentang dosis penggunaan dan bahan aktif					



	pestisida antracol 70 WP, apakah penjelasannya sudah lengkap dan terperinci ?					
4.	Apakah kualitas pestisida antracol 70 WP sudah efektif ?					

Kritik dan Saran Bapak/Ibu mengenai Produk Pestisida Antracol 70 WP :

B.	Harga	Sangat Mahal	Mahal	Cukup Mahal	Murah	Sangat Murah
1.	Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu tentang kewajaran harga pestisida antracol 70 WP ?					
2.	Bagaimana pendapat anda tentang penetapan harga pestisida antracol 70 WP ?					
3.	Bagaimana harga pestisida antracol 70 WP jika dibandingkan dengan harga pestisida lain ?					

Kritik dan Saran Bapak/Ibu mengenai Harga Pestisida Antracol 70 WP :

C.	Promosi	Sangat Menarik	Menarik	Cukup Menarik	Kurang Menarik	Tidak Menarik
1.	Bagaimana daya tarik pesan iklan (keunggulan pestisida antraol 70 WP) yang disampaikan melalui majalah dan internet saat ini ?					
2.	Bagaimana daya tarik promosi penjualan					



	pestisida antracol 70 WP ?					
3.	Bagaimana keanekaragaman media massa yang digunakan dalam mempromosikan pestisida antracol 70 WP lewat iklan ?					

Kritik dan Saran Bapak/Ibu mengenai Promosi Pestisida Antracol 70 WP :

D.	Tempat	Sangat Memadai	Baik Memadai	Cukup Memadai	Kurang Memadai	Tidak Memadai
1.	Bagaimanakah jumlah agen penyalur atau penjual pestisida antracol 70 WP ?					
2.	Bagaimana jarak antara rumah dengan tempat penjualan pestisida antracol 70 WP ?					
3.	Bagaimana kemudahan untuk memperoleh / membeli pestisida antracol 70 WP ?					

Kritik dan Saran Bapak/Ibu mengenai Tempat Pestisida Antracol 70 WP :



III. Tanggapan Bapak/Ibu Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Pestisida Antracol 70 WP .

A.	Pengenalan Kebutuhan Pestisida Antracol 70 WP	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1.	Menurut pendapat Bapak/Ibu apakah pestisida antracol 70 WP mampu memenuhi kebutuhan penanggulangan hama ?					

Alasan :

B.	Pencarian Informasi Pestisida Antracol 70 WP	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
2.	Setelah Bapak/Ibu mengetahui Tentang pestisida antracol 70 WP, apakah Bapak/ibu mencari informasi tambahan sebelum membeli pestisida tersebut ?					

Alasan :

C.	Penilaian Alternatif Pestisida Antracol 70 WP	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik
3.	Bagaimana tingkat harga pestisida antracol 70 WP dengan jenis pestisida yang lain ?					



4.	Bagaimana perbedaan kualitas jenis pestisida antracol 70 WP dengan jenis pestisida yang lain ?					
----	--	--	--	--	--	--

Alasan :

D.	Keputusan Membeli Pestisida Antracol 70 WP	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik
5.	Seberapa besar pengaruh dalam memutuskan pembelian anda dengan melihat atribut produk (kemasan, warna kemasan, identifikasi merek dan label informasi) yang dianggap menonjol?					

Alasan :

E.	Perilaku Setelah Membeli Pestisida Antracol 70 WP	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik
6.	Setelah Bapak/Ibu membeli pestisida antracol 70 WP, bagaimana penilaian Bapak/Ibu terhadap pestisida tersebut secara keseluruhan dilihat dari mutu, harga dan manfaatnya ?					
7.	Apakah menurut Bapak/Ibu baik untuk menganjurkan membeli pestisida antracol 70 WP kepada rekan Bapak/Ibu ?					

Alasan :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.799	1.36947

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367.898	1	367.898	196.165	.000 ^b
	Residual	90.022	48	1.875		
	Total	457.920	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.112	6.685		4.654	.000
	Produk	1.444	.149	.813	9.683	.000
	Harga	1.932	.138	.896	14.006	.000
	Promosi	1.848	.133	.896	13.946	.000
	Tempat	1.558	.234	.693	6.653	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian