



HUBUNGAN FAKTOR SOSIAL, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT MEMBELI BIBIT BERSERTIFIKASI PADA PETANI RAKYAT

ABEDNEGO SURANTA KAROSEKALI¹, JEPRI SIBURIAN²

^{1,2} *Program Studi Agribisnis, Fakultas Agroteknologi Universitas Prima Indonesia*

E-mail : abednegosks@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Kelapa Sawit merupakan salah satu komoditas ekspor utama nonmigas Indonesia. Namun produktivitas petani perkebunan rakyat masih rendah dibandingkan dengan produktivitas Rata-rata Indonesia. Produktivitas kelapa sawit perkebunan rakyat selalu memiliki produktivitas dibawah produktivitas kelapa sawit rata-rata Indonesia. Salah satu penyebab Rendahnya produktivitas pekebunan rakyat disebabkan oleh penggunaan bibit yang tidak bersertifikat. Penelitian ini menguji hubungan faktor social terhadap niat membeli bibit, hubungan antara persepsi harga terhadap niat membeli bibit kelapa sawit, dan hubungan antara sikap konsumen terhadap niat membeli kelapa sawit. Penelitian dilakukan di Aceh tamian dengan menggunakan SEM-PLS. Kesimpulan penelitian antara lain Faktor Sosial berhubungan signifikan terhadap Niat Membeli, Persepsi Harga berhubungan tidak signifikan terhadap Niat Membeli dan Sikap Konsumen berhubungan signifikan terhadap Niat Membeli.

Kata Kunci: Niat Membeli, Kelapa Sawit Rakyat, SEM-PLS

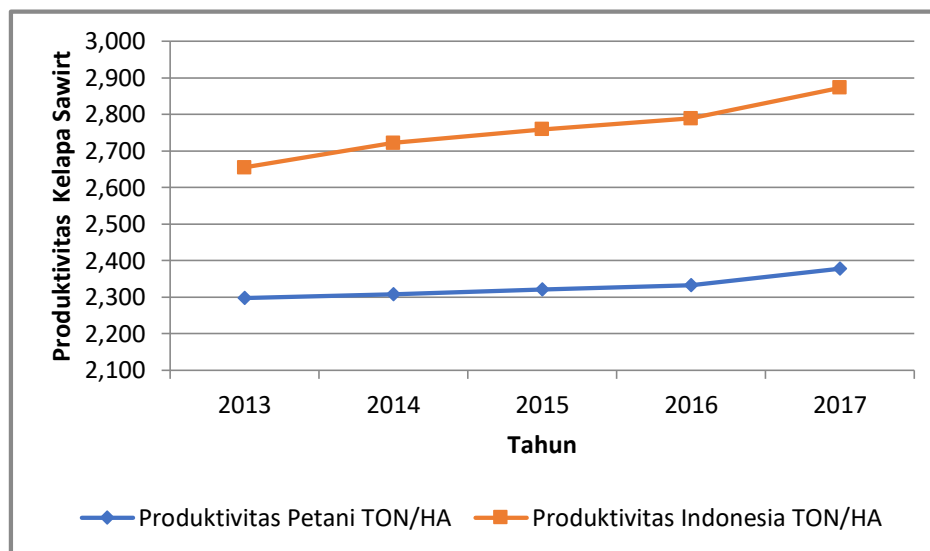
PENDAHULUAN

Kelapa Sawit merupakan salah satu komoditas ekspor utama non migas Indonesia. Namun produktivitas petani perkebunan rakyat masih rendah dibandingkan dengan produktivitas rata-rata Indonesia.

Perkembangan Produktivitas antara petani rakyat

dibandingkan dengan produtvitas rata-rata Indonesia disajikan pada Grafik 1. Produktivitas kelapa sawit Indonesia berskar antara 2,65 hingga 2,87 ton/ha/tahun sedangkan produktivitas kelapasawit Indonesia hanya berkisar pada 2,3 hingga 2.39 ton/ha/tahun.

Grafik 1. Perbandingan Produktivitas kelapa Sawit Rakyat dan Rata-rata Indonesia



Produktivitas kelapa sawit perkebunan rakyat selalu memiliki produktivitas dibawah produktivitas kelapa sawit rata-rata Indonesia. Salah satu penyebab Rendahnya produktivitas pekebunan rakyat disebabkan oleh penggunaan bibit yang tidak bersertifikat. Bibit sertifikat secara teori akan mampu meningkatkan produktivitas kelapa sawit. Penggunaan bibit kelapa sawit masih rendah pada perkebunan rakyat. Menurut survey yang dilakukan Oleh Assosiasi Petani Kelapa Sawit (2017), penggunaan bibit kelapa sawit hanya mencapai 40%. Penggunaan bibit kelapa sawit secara individu perlu diteliti karena penentu penggunaan bibit kelapa sawit ditingkat petani adalah petani itu sendiri.

Berbagai pendekatan perlu dilakukan untuk menjawab faktor yang membuat petani membeli/memakai bibit kelapa sawit berkualitas.sebelum memakai bibit kelapa sawit, dimulai dengan niat membeli/memakai bibit kelapa sawit. Secara teori belum banyak kajian yang melakukan kajian secara teori tentang kajian sejenis, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk menjawab faktor yang mempengaruhi niat petani dalam membeli/memakai teknologi bibit kelapa sawit bersertifikat. Berdasarkan hal tersebut pada penelitian ini akan dilakukan untuk menjawab beberapa hal seperti

- (1) Bagaimana hubungan faktor sosial terhadap niat beli?
- (2) Bagaimana hubungan persepsi harga terhadap niat beli?
- (3). Bagaimana hubungan sikap konsumen terhadap niat beli ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tengkulun Kabupaten Aceh Tamiang, pemilihan lokasi ini telah dilakukan dengan berbagai pertimbangan dikarenakan lokasi tersebut memiliki jumlah masyarakat yang bekerja sebagai petani sawit yang tinggi. Penelitian dilakukan bulan maret 2018 sampai dengan april 2018. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data primer. Dimana data primer adalah mengenai pendapat masyarakat tentang faktor sosial, harga, sikap konsumen, dan niat beli. Sumber data yang diambil adalah petani kelapa sawit. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlah populasi tidak ketahuai menurut Rao Purba (1996) digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Dimana: n = Besar sampel ; Z = Tingkat distribusi normal pada taraf

signifikan 10% dengan T tabel =1.66 ; Moe = Margin of error (error) atau kesalahan maksimal yang bisa di toleransi, disini ditetapkan 10% atau 0,1. Berdasarkan rumus tersebut disimpulkan jumlah sampel minimal yang di dapat diambil sebesar $n = 68,87$ sampel . Pada penelitian ini menggunakan 70 sampel.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dipandu dengan wawancara. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner yang di distribusikan kepada masyarakat Kecamatan Tenggulun Kabupaten Aceh Tamiang yang berprofesi sebagai petani kelapa sawit berupa kuesioner tertutup, dimana kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1-5 dimana 1 menunjukkan tingkatan sangat tidak setuju, sedang tingkatan 5 menunjukkan sangat setuju sekali. Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian, instrumen penelitian harus teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) 3.0.

Metode Analisis Data yang dipilih untuk analisis data adalah metode SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*) yang dioperasikan menggunakan program Smart PLS 3.0. Berikut adalah langkah-langkah menganalisis data pada penelitian ini:

a. Uji Asumsi dengan mengevaluasi *outer model (measurement model): Uji validitas dan uji reliabilitas*. Uji validitas adalah dengan menguji *validitas* konstruk dengan pendekatan nilai *loading factor* dengan parameter bobot *factor* $>0,5$ (Hair et al, 2010; Ghazali, 2008). Selain itu dilakukan uji *validitas* menggunakan pendekatan *convergent validity* dengan parameter nilai *Average Variance Extracted (AVE)* $> 0,5$ (Jogiyanto dan Abdillah, 2009) dan kemudian dilakukan pengujian *cross loading* bobot *cross*

loading $>0,6$ (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

- b. Setelah melakukan uji *validitas* maka langkah yang dilakukan selanjutnya adalah menguji *reliabilitas* konstruk dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Parameter yang dipakai adalah nilai *Cronbach's Alpha* harus $> 0,6$ dan *Composite Reliability* $> 0,7$. Jika keduanya memenuhi maka dapat disimpulkan bahwa konstruk tersebut reliabel (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).
- c. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Nilai *R-square* yang menunjukkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Untuk nilai *R-square* $> 75\%$ dapat dikatakan sangat bagus/besar, 50-70 % dikatakan bagus/besar, 25-50 % dikatakan sedang/moderat, dan $< 25\%$ dikatakan kecil.
- d. Pengujian hipotesis adalah dengan melihat nilai *path coefficient* jika *T-statistik* $\geq 1,66$ maka nilai tersebut signifikan pada *alpha* 10%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey dengan penyebaran kuesioner kepada responden (Petani kelapa sawit perkebunan Rakyat). Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung kepada petani masyarakat yang ada di Kecamatan Tenggulun Kab.Aceh Tamiang tersebut. Penyebaran kuisisioner kepada responden dilakukan mulai 28 April 2018 sampai dengan 28 Mei 2018. Pada penelitian ini sampel yang dipakai adalah 70 responden yang mewakili petani. Sampel lebih besar dari jumlah minimum dikarenakan ingin menambah akurasi petani.

Tabel 1. Karakteristik Responden

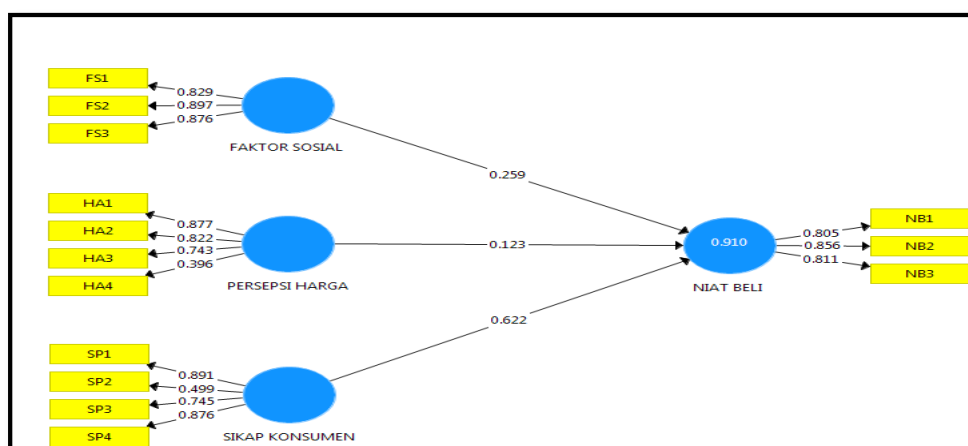
Karakteristik	Kategori	Jumlah	Total
Jenis Kelamin	Lelaki	35	70
	Wanita	35	
Usia	20-30	19	70
	31-40	23	
	41-50	22	
	51-60	6	
Tingkat Pendidikan	SD	31	70
	SMP	19	
	SMA	19	
	D3	1	
Pekerjaan	Pegawai Negeri	5	70
	Pegawai Swasta	9	
	Petani	36	
	Pengusaha	20	
Penghasilan	1jt-5jt	40	70
	6jt-10jt	25	
	>10jt	5	

Uji Validitas Model

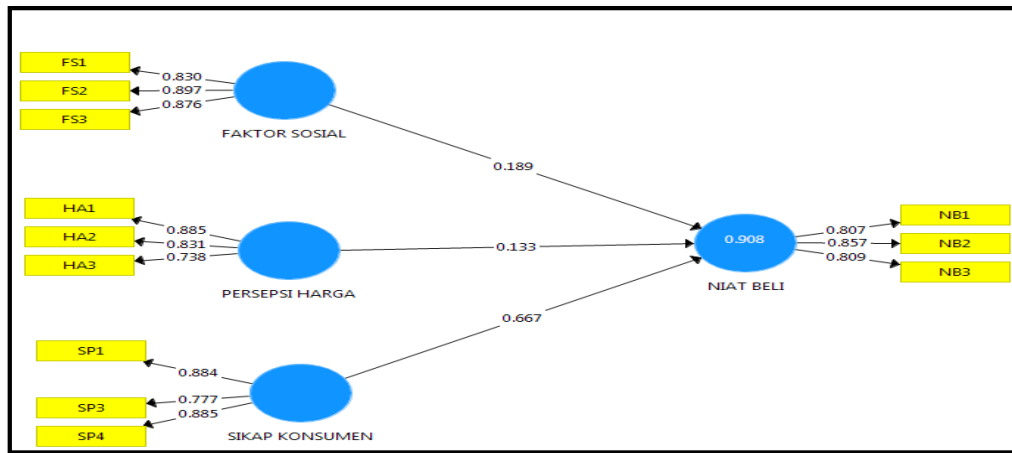
Pengujian Outer Model telah dilakukan untuk mengukur *validitas*, parameter model pengukuran (*validitas konvergen, validitas diskriminan*) dengan melakukan pengujian terhadap *loading faktor*, uji *AVE*, dan pengujian *cross loading*.

Berdasarkan parameter *loading faktor*. Model awal (Gambar 3) merupakan sebelum diuji validitasnya untuk menghasilkan mengeliminasi menjadi model akhir yang valid (gambar 4). Berdasarkan hasil *loading faktor*, maka indikator semula sebanyak 14 indikator

dieliminasi sebanyak 2 indikator karena nilai *loading faktor* dibawah 0,5 sesuai dengan (Hair et al, 2010; Ghozali,2008). Indikator yang di eliminasi antara lain indikator pada variabel persepsi harga sebanyak 1 indikator pernyataan harga bibit kelapa sawit sesuai dengan manfaat yang dirasakan dan pada variabel sikap konsumen sebanyak 1 indikator pernyataan mempunyai pandangan positif terhadap produk bibit bersertifikat. jadi total yang dieliminasi sebanyak 2 indikator, sehingga sisa indikator yang di analisis selanjutnya adalah sebanyak 12 indikator.



Gambar 3. Model sebelum dieliminasi.



Gambar 4 Model sesudah dieliminasi.

Berdasarkan hasil pengujian AVE didapat bahwa nilai AVE dengan parameter uji AVE >0,5 (Jogiyanto dan Abdillah,2009) bahwa variabel niat beli , faktor sosial, persepsi harga, dan sikap konsumen telah lolos uji AVE. Hal ini

dikarenakan nilai AVE pada variabel faktor sosial adalah 0,753, variabel persepsi harga adalah 0,673, pada variabel sikap konsumen adalah 0,723 dan nilai pada variabel niat beli adalah 0,680. Hasil uji disajikan pada tabel 2

Tabel 2. Avarage Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Refrence	Kesimpulan Uji
Faktor Sosial	0,753	0,5	Lolos
Niat Beli	0,680	0,5	Lolos
Persepsi Harga	0,673	0,5	Lolos
Sikap Konsumen	0,723	0,5	Lolos

Berdasarkan hasil pengujian cross loading didapat bahwa nilai cross loading dengan parameter ujinya >0,6 (Jogiyanto dan Abdillah,2009) disimpulkan bahwa

variabel niat beli , faktor sosial, persepsi harga, dan sikap konsumen telah lolos uji cross loading. Nilai hasil uji disajikan pada Tabel 3

Tabel 3. Cross Loading

Indikator	Outer Loading			
	Kualitas Produk	Niat Beli	Persepsi Harga	Sikap
Fs1	0,830			
Fs2	0,897			
Fs3	0,876			
Ha1			0,885	
Ha2			0,831	
Ha3			0,738	
Nb1		0,807		
Nb2		0,857		

Indikator	Outer Loading			
	Kualitas Produk	Niat Beli	Persepsi Harga	Sikap
Nb3		0,809		
Sp1				0,884
Sp2				0,777
Sp3				0,885

Penujian Reabilitas

Setelah Pengujian Outer Model untuk mengukur validitas, model diuji reabilitasnya dengan menggunakan Reliabilitas Konstruk (Reliability Construct) dengan Pengujian Composite Reliability dan Pengujian Cronbach's Alpha. **Berdasarkan hasil pengujian composite reliability** didapat bahwa nilai *composite reliability* dengan parameter ujinya >0,7

(Jogiyanto dan Abdillah,2009) disimpulkan bahwa variabel niat beli , faktor sosial, persepsi harga, dan sikap konsumen telah lolos uji *composite reliability*. Hal ini dikarenakan nilai *composite reliability* pada variabel faktor sosial adalah 0,901, varibel persepsi harga adalah 0,860, pada variabel sikap konsumen adalah 0,886 dan nilai pada variabel niat beli adalah 0,864. Hasil uji disajikan Tabel 4.

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Refrensi (Nilai Minimal)	Kesimpulan Uji
Kualitas Produk	0,901	0,7	Lolos
Niat Beli	0,864	0,7	Lolos
Persepsi Harga	0,860	0,7	Lolos
Sikap Konsumen	0,886	0,7	Lolos

Berdasarkan hasil pengujian Cronbach's Alpha didapat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dengan parameter ujinya >0,6 (Jogiyanto dan Abdillah,2009) disimpulkan bahwa variabel niat beli , faktor sosial, persepsi harga, dan sikap telah lolos uji *Cronbach's Alpha*. Hal ini

dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel faktor sosial adalah 0,836, varibel persepsi harga adalah 0,756, pada variabel sikap adalah 0,808 dan nilai pada variabel niat beli adalah 0,764. Hasil uji disajikan pada Tabel 5..

Tabel 5. Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Refrensi (Nilai Minimal)	Kesimpulan Uji
Faktor Sosial	0,836	0,6	Lolos
Niat Beli	0,764	0,6	Lolos
Persepsi Harga	0,756	0,6	Lolos
Sikap Konsumen	0,808	0,6	Lolos

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model structural di evaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model structural dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk

setiap variabel laten dependen. Hasil olah data menggunakan SmartPLS pada Tabel 6 menunjukkan bahwa **nilai R-square variabel niat beli adalah sebesar 0,908** yang dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu faktor sosial, harga, dan sikap konsumen. Hal ini berarti bahwa 90,8% variabel niat beli dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, harga, dan sikap konsumen. Sedangkan 9,2% dipengaruhi variabel lain di luar yang diteliti.

Tabel 6. R Square

Variabel	R Square
Niat Beli	0,908

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis berdasarkan *P Value* disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8 Uji P value

Hipotesis	Variabel	alpha	P value	Kesimpulan uji	Kesimpulan Hipotesis
1	Faktor sosial → niat beli	0,1	0,010	Signifikan	Diterima
2	Persepsi harga → Niat beli	0,1	0,148	Signifikan	Ditolak
3	Sikap konsumen → Niat beli	0,1	0,000	Signifikan	Diterima

Berdasarkan hasil hasil uji hipotesis (Tabel 7 dan Tabel 8) maka dapat disimpulkan bahwa variabel laten faktor sosial berhubungan signifikan dengan niat beli. Hal ini sejalan dengan penelitian Hung *et al.*,(2011) yang berpendapat bahwa variabel laten faktor sosial dan niat beli berhubungan signifikan. Berdasarkan hasil hasil uji hipotesis (Tabel 7 dan Tabel 8) maka dapat disimpulkan bahwa variabel laten persepsi harga berhubungan tidak signifikan dengan niat beli. Hal ini disebabkan karena pandangan para petani terhadap bibit tersebut bahwa harga bibit bersertifikat tidak sesuai dengan kualitas yang dirasakan. Berdasarkan hasil hasil uji hipotesis (Tabel 7 dan Tabel 8) maka dapat disimpulkan bahwa variabel laten sikap konsumen **berhubungan**

signifikan dengan niat beli. Hal ini sejalan dengan penelitian Hung *et al.*,(2011) yang berpendapat bahwa variabel laten sikap konsumen dan niat beli berhubungan signifikan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, telah disampaikan mengenai proses analisis data dan pengujian terhadap ke hipotesis yang diajukan sesuai dengan justifikasi teoritis yang telah diuraikan, maka peneliti mengambil kesimpulan (1) Faktor Sosial berhubungan signifikan terhadap Niat Membeli. (2) Persepsi Harga berhubungan tidak signifikan terhadap Niat Membeli dan (3)

Sikap Konsumen berhubungan signifikan terhadap Niat Membeli.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Hubungan antara faktor sosial, harga, sikap konsumen terhadap niat membeli bibit bersertifikat masih dibutuhkan untuk dikembangkan lebih lanjut penelitian pada masa mendatang. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan pada obyek yang berbeda

misalnya lokasi yang berbeda atau dengan variabel yang berbeda karena pada penelitian ini hanya terbatas pada tiga variabel saja. Hasil penelitian diperoleh dari petani di masyarakat Aceh Tamiang kec. Tengkulun desa Adil Makmur II. Pada penelitian selanjutnya disarankan agar mempertimbangkan untuk mencari atau menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi Niat Membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzaal Ali dan Israr Ahmad 2012. "Environment Friendly Products: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistani Consumers "International journal Volume 2, No 1, 2012, 84-117
- Ajzen, I dan Feishben. M. Fishbein. 1980. *Belief. Attitude. Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley. Boston
- Ang, S. dan Cheng P.S. 2001. Spot The Difference: Consumer responses Toward Counterfeits. *Journal of Consumer Marketing*. Vol.18. No.3. pp.219-235. Aque
- Ang, Swee Hoon., Peng Sim Cheng., Elison A.C. Lim., & Siok Kuan Tambyah. (2001). Spot the difference: Consumer responses towards counterfeits. *Journal of Consumer Marketing*, 18, 219 - 235.
- Arianto, E. 2008. Pertumbuhan produksi minyak sawit Indonesia 1964-2007. [internet] [diunduh 18 Nov 2010]. Tersedia pada <http://www.pdf.searchengine.com>.
- Bilson, Simamora. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. 2010. Perceived Price And Price Decay In the DVD Market *The Journal of Product And Brand Management*
- Ellen, Steph. eHow Blog, 2010; dengan rujukan *Principles and Methods of Research*; Ariola et al. (eds.); 2006 diakses dari <http://tatangmanguny.wordpress.com/2010/04/19/ukuran-sampel-rumus-slovin/#more-1104> tanggal 19 April 2010
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modeling Teori Konsep Dan Aplikasi*. Semarang :Badan Penerbit Undip.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed.)* Boston: Pearson.
- Hung, Kuang-peng., Annie Huijing Chen., Norman Peng., Chris Hackley., Rungpaka Amy Tiwsakul., Chun-lun Chou., "Antecedents of luxury brand purchase intention". *Journal of Product & Brand Management*.
- Hung, R. Y. Y., B. Y.-H. Lien, B. Yang, C.-M. Wu, and Y.-M. Kuo. 2011. Impact Of TQM And Organizational Learning On Innovation Performance In The High-Tech Industry. *International Business Review* 20 (2):213-225.
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Jogiyanto, M. H. dan Abdillah, W. 2009. *Konsep dan Aplikasi Partial Least Square (PLS) Untuk Penelitian Empiris*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Johnson, R. A., Dean W. W. 2007. *Applied Multivariate Statistical Analysis Sixth Edition*. Jogiyanto, H.M. dan Abdillah, W. 2009. *Konsep dan Aplikasi Partial Least Square (PLS) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Koch, J.B., Koch, P.T. 2007. *Collectivism, Individualism, and Outgroup*

- Cooperation in a Segmented China". *Asia Pacific Journal of Management*. Vol. 24 No. 2 pp. 207-25.
- Kompas. 11 Februari 2006. Kebutuhan bibit bersertifikat sawit terus melonjak
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1&2. Jakarta : PT. Prenhalindo
- Kotler, Phillip. dan Kevin, Lance, Keller. 2006. *Marketing Management*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lee, Simon; Abdou Illia., Lawson-Body, Assion. *Perceived Price of Dynamic Pricing*.
- Leeraphong, A and A.Mardjo.2013,"Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand". *Journal of Economics, Business and Management*, 1(4).
- Lin, Long-Yi and Lu, Ching-Yuh, 2010, 'The Influence of Corporate Image, Relationship Marketing, and Trust on Purchase Intention: The Moderating Effects of Word-of-Mouth', *Tourism Review*,
- Maima KH, Rizka. 2012. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada CV. Mukti Manunggal Semarang)". Skripsi, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Mao, Ding. 2010. "A Study of Consumer Trust in Internet Shopping and The Moderating Effect of Risk Aversion in Mainland China". Hong Kong Baptist University. *Journal Manajemen*. Pp:1-50.
- Martinez, Briana., and Soyoung Kim. 2012. "Predicting purchase intention for private sale sites". *Emeraldinsight*. Pp: 1361-2026.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen " Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran"*. Jakarta : Prenada Media
- Nuseir, Arora, Al-Masri, Morad M. & Gharaibeh, Mazhar. 2010. *Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective*. *International Review of Business Research Papers* (6)5: 94-102. New York Institute and Arab Academy.
- Penz Elfriede and Stöttinger Barbara.2005. *Corporate Image and Product*
- Penz, E.,Stottinger, B. 2005. "Forget the 'Real' Thing-Take the Copy! An Explanatory Model for the Volitional Purchase of Counterfeit Products". *Advances in Consumer Research*. Vol. 32 pp. 568-75.
- Purba, R., Witjaksono, dan Bambang. 2006. *Bibit Kelapa Sawit Tidak Bersertifikat Penghambat Peningkatan Produktivitas*. Bogor: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia.
- Rao,Purba,1996, " Measuring Consumer Perceptions Throigh Factor Analysis", *The Asian Manager* (February March).
- Roslina. 2009. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 10, No 2.2009.ISSN: 1412 –3681.
- Sayaka, B., K. Kariyasa, T. Nurasa, Waluyo, dan Y. Marisa. 2006. *Analisis Sistem Perbibitan Komoditas Pangan dan Perkebunan Utama*. Laporan Teknis. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Schiffman, L. and Leslie L. K. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J., (2003) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk*

- Strategi dan Penelitian Pemasaran.
Jakarta: Prenada Media
- Shah, Aziz, Jaffari, Waris, Ejaz, Fatima,
and Sherazi. 2012. The Impact of
Brands on Consumer Purchase
Intentions. *Asian Journal of
Business Management*,
- Silala, V. 2003. Upaya-Upaya Memperkecil
Peredaran Bibit Kelapa Sawit
Palsu. Sebelat: PT Agricinal.
- Similarity-Assessing Major Demand
Drivers for Counterfeits in a Multi
Country Study. *Psychology dan
Marketing*.
- Sloving. (Steph Ellen,eHow Blog,2010;
dengan rujukan *Principles and
Methods of Research*;Ariola et al.
(ed.) (diakses 4 April 2012).
- Tatik Suryani. 2012. Perilaku Konsumen,
Ed1. Jilid 1. Yogyakarta : Penerbit
Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi
Pemasaran. Yogyakarta: CV.Andi
Offset. Suprapti, N. W. S. 2010.
Perilaku Konsumen: Pemahaman
Dasar dan Aplikasinya dalam
Strategi Pemasaran. Denpasar:
Udayana University Press.
- Wang, Fang., Hongxia Zhang., Hengjia
Zang., & Ming Ouyang. (2005).
Purchasing pirated software: an
initial examination of Chinese
consumers. *Journal of Consumer
Marketing*, 22, 340 – 351
- Wiyono, Gendro. 2011. Merancang
Penelitian Bisnis Dengan Alat
Analisis SPSS 17,0 & SmartPLS
2.0. Yogyakarta: UPP STIM YKPN