

**STRATEGI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PETANI KOPI DENGAN  
ASPEK KUALITAS PELAYANAN DAN EMPATI MELALUI KEPUASAN  
PADA DINAS PERTANIAN KABUPATEN NGAWI**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) – AUB  
SURAKARTA**



**Oleh:**

**DENNY APRIYANTO**

**2019015175**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)-AUB  
SURAKARTA  
2021**

## **ABSTRAK**

Strategi Yang Mempengaruhi Perilaku Petani Kopi Dengan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Empati Melalui Kepuasan Pada Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi

Oleh:

**Denny Apriyanto**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang mempengaruhi perilaku petani kopi dengan aspek kualitas pelayanan dan empati melalui kepuasan pada Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi. Populasi dalam penelitian ini adalah petani kopi yang menjadi binaan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sejumlah 340 petani kopi, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 20% dari populasi yaitu sebesar 85 petani kopi. Teknik analisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji linieritas, analisis regresi, uji t, uji F, uji koefisien determinasi dan analisis korelasi. Hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Kualitas pelayanan dan empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku petani kopi. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi. Hasil uji F secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, empati dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku petani kopi. Hasil perhitungan nilai  $R^2$  total sebesar 0,723 dapat diartikan variasi perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, empati dan kepuasan sebesar 72,3% dan sisanya 27,7% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh kecepatan pelayanan dan kenyamanan lingkungan. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur langsung. Pengaruh langsung empati terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur tidak langsung.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Empati, Kepuasan, Perilaku Petani Kopi

## **ABSTRACT**

### **Strategies Affecting Behavior of Coffee Farmers with Aspects of Service Quality and Empathy through Satisfaction at the Agriculture Office of Ngawi Regency**

**By:**  
**Denny Apriyanto**

This study aims to determine the strategies that influence the behavior of coffee farmers with aspects of service quality and empathy through satisfaction at the Ngawi Regency Agriculture Office. The population in this study were 340 coffee farmers who were trained in the Agriculture Office of Ngawi Regency. The sample taken in this study was 20% of the population, namely 85 coffee farmers. The analysis technique uses the validity test and reliability test, linearity test, regression analysis, t test, F test, determination coefficient test and correlation analysis. The results of the research on service quality have a positive and insignificant effect on satisfaction. Empathy has a positive and insignificant effect on satisfaction. Service quality and empathy have a positive and insignificant effect on the behavior of coffee farmers. Satisfaction has a positive and significant effect on coffee farmer behavior. The results of the F test together with the variables of service quality, empathy and satisfaction have a significant effect on the behavior of coffee farmers. The results of the calculation of the total R<sup>2</sup> value of 0.723, it means that the variation in the behavior of coffee farmers in the Agriculture Office of Ngawi Regency is explained by the variables of service quality, empathy and satisfaction by 72.3% and the remaining 27.7% is explained by other variables outside the research model, for example the speed of service and convenience. environment. The direct effect of service quality on the behavior of coffee farmers produces a greater value than the indirect effect. So that it is more effective through the direct route. The direct effect of empathy on the behavior of coffee farmers produces less value than the indirect effect. So that it is more effective through indirect channels.

**Keyword** : *Service Quality, Empathy, Satisfaction, Coffee Farmers Behavior*