

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

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

**DENNY APRIYANTO**

[denny\\_apriyanto11@gmail.com](mailto:denny_apriyanto11@gmail.com)

Program Magister Manajemen STIE-AUB Surakarta

2021

**Abstrak**

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**

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  $R^2$  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.

**Keywords:** *Service Quality, Empathy, Satisfaction, Coffee Farmers Behavior.*

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan pertanian kedepan diharapkan dapat memberi kontribusi yang lebih besar dalam rangka mengurangi kesenjangan dan memperluas kesempatan kerja, serta mampu memanfaatkan semua peluang ekonomi yang terjadi sebagai dampak dari globalisasi dan liberalisasi perekonomian dunia. Untuk mewujudkan harapan tersebut diperlukan sumberdaya manusia yang berkualitas dan handal dengan ciri mandiri, profesional, berjiwa wirausaha, mempunyai dedikasi, etos kerja, disiplin dan moral yang tinggi serta berwawasan global, sehingga petani dan pelaku usaha pertanian lain akan mampu membangun usahatani yang berdaya saing tinggi. Salah satu upaya untuk meningkatkan SDM pertanian, terutama SDM petani, adalah melalui kegiatan penyuluhan pertanian dan pemanfaatan teknologi pertanian.

Produksi kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan, hal ini mencapai 1.230.001 ha yang dapat menghasilkan sedikitnya 639.412 ton kopi robusta maupun arabika, bahkan mencapai volume ekspor sebesar 502 ton. Berdasarkan data tersebut, maka kopi merupakan salah satu hasil perkebunan yang memegang peran penting dalam pengembangan industri perkebunan di Indonesia. Diketahui bahwa Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia (Direktorat Jenderal Pertanian, 2017, sehingga budidaya kopi dirasakan perlu dikembangkan dan ditingkatkan kembali.

Permasalahan yang sering terjadi pada komoditas kopi adalah produktivitas tanaman yang rendah, terbatasnya ketersediaan benih serta kurangnya mutu kopi yang dihasilkan petani sehingga mengakibatkan rendahnya harga tawar petani di Indonesia (Direktorat Jenderal Pertanian, 2017). Faktor yang mempengaruhi produksi dan perdagangan kopi di dunia adalah aspek mutu produksi yang terdiri dari teknik budidaya hingga penanganan pasca panennya (Jaya *et al*, 2010). Menurut Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia bahwa standar mutu kopi Indonesia berpedoman pada Standar Nasional Indonesia 01-2907-2008 yang bertujuan untuk menghasilkan biji kopi berkualitas baik (AEKI, 2014).

Petani sebagai pelaku usahatani yang mengambil keputusan dalam perubahan usahatannya. Faktor pengambilan keputusan terhadap kinerja usahatannya didukung oleh perilaku petani itu sendiri meliputi pengetahuan, sikap dan keterampilan petani tersebut. Hal ini diperlukan agar petani mampu meningkatkan produktivitas dan mutu dari produk yang dihasilkan. Berdasarkan hal ini, petani dituntut harus menjadi lebih pintar agar kopi yang diproduksi bermutu baik sehingga untuk menghasilkan mutu yang baik dipengaruhi oleh perilaku petani dalam pelaksanaan budidaya kopi (Zainura *et al.*, 2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aklimawati *et al.* (2014) menunjukkan bahwa mutu biji kopi ditentukan berdasarkan mutu fisik dan citarasa kopi yang dihasilkan, serta permasalahan yang dihadapi

dalam usahatani kopi. Salah satu permasalahan yang dihadapi dalam penelitian tersebut yaitu minimnya pengetahuan dan keterampilan petani tentang mutu dan budidaya kopi yang baik. Konsep yang dirujuk adalah perilaku petani berdasarkan pengetahuan dan keterampilan petani serta indikator biji kopi yang bermutu berdasarkan mutu fisik dan citarasa kopi yang dihasilkan oleh petani kopi. Didukung hasil penelitian Ramanda *et al.* (2016) menunjukkan bahwa kopi bermutu baik memiliki daya saing yang tinggi sehingga menguntungkan bagi para petani kopi secara produktivitas dan finansial. Menurut Hasibuan *et al.* (2013) bahwa kopi bermutu baik dihasilkan dari pelaksanaan *Good Agriculture Practice* (GAP) dan *Good Manufacturing Practice* (GMP) yang tepat dan sesuai dengan standar pengawasan mutu kopi yang telah ditentukan. Didukung hasil penelitian Wulandari (2018) bahwa pengendalian mutu kopi dipengaruhi oleh perilaku petani kopi dalam pelaksanaan budidaya dan pasca panen kopi, dimana konsep perilaku terdiri dari perilaku aktif (tindakan) dan perilaku pasif (pengetahuan dan sikap).

Salah satu harapan petani kopi selaku konsumen, adalah meningkatkan pelayanan yang adil dan merata. Bentuk pelayanan yang adil dan merata, hanya dimungkinkan oleh kesiapan psikologis birokrat pemerintah yang senantiasa menyesuaikan diri dengan perubahan sosial (*Social change*) dan dinamika petani kopi sebagai sasaran pelayanannya. Tugas pokok Pemerintah pada hakekatnya adalah memberikan pelayanan kepada petani kopi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan petani kopi, sehingga petani kopi puas dan loyal terhadap pemerintah.

Hasil penelitian Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), Wilis & Nurwulandari, (2020), menunjukkan kualitas

pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, sedangkan Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019), Mutmainnah, (2017) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi.

Adanya perbedaan hasil penelitian yang menganalisis hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, maka penelitian ini akan mengkaji kembali hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi yang diterapkan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi.

Keluaran yang diharapkan Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi dengan mengedepankan kualitas layanan dan empati adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah penilaian dari petani kopi bahwa mereka menyukai atas jasa yang ditawarkan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi. Jika kembali pada pemahaman akan konsep pemasaran, maka jelas sekali yang menjadi tujuan setiap aktivitas pemasaran Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi adalah kepuasan pelanggan. Sehingga apabila petani kopi merasa puas pelayanan yang diberikan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi kepada petani kopi mendapat pengakuan atas kinerja (kualitas layanan) dan hal-hal pendukung lain (Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019).

Faktor lain dari kualitas pelayanan adalah *emphaty* atau perhatian yang tulus dan bersifat individual. Sebagian orang atau bahkan petani kopi berpandangan bahwa kebutuhan surat penting lainnya merupakan sesuatu yang bersifat pribadi atau rahasia. Pemberian layanan kepada petani kopi yang dilakukan oleh petugas secara tulus dan

bersifat sangat pribadi akan menimbulkan keyakinan bahwa hanya orang-orang tertentu saja yang mengetahui seseorang memiliki keperluan pribadi, sehingga akan menimbulkan perasaan nyaman pada petani kopi yang dilayani. Perasaan nyaman ini akan menimbulkan rasa puas. petani kopi yang puas akan menceritakan kepuasan dalam pelayanan.

Faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi adalah empati. Empati merupakan pandangan atau *image* yang ada dibenak petani kopi Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi terhadap pelayanan yang telah diberikan. Apabila empati Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sudah baik, maka tingkat kepuasan dan Perilaku Petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi akan meningkat.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), menunjukkan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), menunjukkan empati berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku petani kopi. Sedangkan penelitian Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019), Mutmainnah, (2017) menunjukkan empati berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi.

Adanya perbedaan hasil penelitian yang menganalisis hubungan empati terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, maka penelitian ini akan mengkaji kembali hubungan empati terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi yang diterapkan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi

Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, Untuk itulah kiranya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Yang

Mempengaruhi Perilaku Petani kopi Dengan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Empati Melalui Kepuasan Pada Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi”.

## METODE

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah petani kopi yang menjadi binaan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sejumlah 340 petani kopi. Dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 20% dari populasi yaitu sebesar 85 petani kopi.

Teknik analisis menggunakan analisis jalur dengan menggunakan persamaan regresi.

Persamaan Regresi :

$$Y_1 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_1 \dots\dots\dots (2)$$

## HASIL PENELITIAN

**Tabel 1. Hasil Analisis Jalur Persamaan 1**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 7,196                       | 1,933      |                           | 3,723 | ,000 |
|                           | Kualitas Pelayanan | ,053                        | ,106       | ,054                      | ,503  | ,616 |
|                           | Empati             | ,621                        | ,103       | ,639                      | 6,010 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

**Tabel 2. Hasil Regresi Persamaan 2**

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)          | 6,828                       | 1,809      |                           | 3,774 | ,000 |
|                           | Kualitas Pelayanan  | ,131                        | ,092       | ,149                      | 1,432 | ,156 |
|                           | Empati              | ,058                        | ,107       | ,068                      | ,545  | ,587 |
|                           | Kepuasan Masyarakat | ,503                        | ,096       | ,566                      | 5,261 | ,000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Petani

**Tabel 3. Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 103,317        | 3  | 34,439      | 25,931 | ,000 <sup>a</sup> |
|                    | Residual   | 107,577        | 81 | 1,328       |        |                   |
|                    | Total      | 210,894        |    |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Masyarakat, Kualitas Pelayanan, Empati  
 b. Dependent Variable: Perilaku Petani

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi 1**

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,675 <sup>a</sup> | ,456     | ,443              | 1,331                      |

a. Predictors: (Constant), Empati, Kualitas Pelayanan

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi 2**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,700 <sup>a</sup> | ,490     | ,471              | 1,152                      |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Masyarakat, Kualitas Pelayanan, Empati  
 b. Dependent Variable: Perilaku Petani

**Tabel 6. Hasil Uji Korelasi**

**Correlations**

|                     |                     | Kualitas Pelayanan | Empati | Kepuasan Masyarakat | Perilaku Petani |
|---------------------|---------------------|--------------------|--------|---------------------|-----------------|
| Kualitas Pelayanan  | Pearson Correlation | 1                  | ,643** | ,465**              | ,455**          |
|                     | Sig. (2-tailed)     |                    | ,000   | ,000                | ,000            |
|                     | N                   | 85                 | 85     | 85                  | 85              |
| Empati              | Pearson Correlation | ,643**             | 1      | ,674**              | ,545**          |
|                     | Sig. (2-tailed)     | ,000               |        | ,000                | ,000            |
|                     | N                   | 85                 | 85     | 85                  | 85              |
| Kepuasan Masyarakat | Pearson Correlation | ,465**             | ,674** | 1                   | ,681**          |
|                     | Sig. (2-tailed)     | ,000               | ,000   |                     | ,000            |
|                     | N                   | 85                 | 85     | 85                  | 85              |
| Perilaku Petani     | Pearson Correlation | ,455**             | ,545** | ,681**              | 1               |
|                     | Sig. (2-tailed)     | ,000               | ,000   | ,000                |                 |
|                     | N                   | 85                 | 85     | 85                  | 85              |

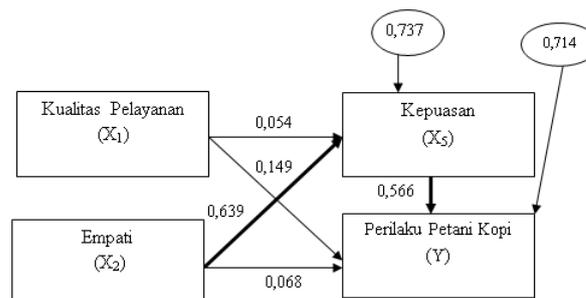
\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Koefisien Determinasi / Varian Total**

Hasil perhitungan nilai R<sup>2</sup> 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

**Model Hasil Analisis:**



**PEMBAHASAN**

1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Perilaku petani kopi

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi, untuk variabel kualitas pelayanan adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya menggunakan variabel kualitas pelayanan secara langsung.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.

Hal ini dapat dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan antara lain dengan melihat nilai indikator tertinggi dari uji validitas, langkah-langkahnya adalah dengan cara:

- a. Pegawai Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi selalu memberikan contoh atau gambaran

yang baik terhadap pelaksanaan usaha.

- b. Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang cukup lengkap.
  - c. Meningkatkan keakuratan dalam memberikan informasi dan pengalaman yang luas.
2. Pengaruh Empati Terhadap Perilaku petani kopi

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan perilaku petani kopi, untuk variabel empati adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya menggunakan variabel empati secara langsung.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019) yang menyatakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.

Hal ini dapat dilakukan dengan peningkatan kepuasan petani kopi antara lain dengan melihat nilai indikator tertinggi dari uji validitas, langkah-langkahnya dengan cara:

- a. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi mendengarkan apa yang menjadi keinginan petani kopi.
- b. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan empati khusus pada petani kopi
- c. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan pelayanan yang sama terhadap semua petani kopi

## Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan.
2. Kualitas pelayanan dan empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku petani kopi. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.
3. Hasil uji F diketahui besarnya nilai  $F = 25,931$  signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, empati dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku petani kopi.
4. 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.
5. Kesimpulan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung adalah sebagai berikut:
  - a. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur langsung.
  - b. Pengaruh langsung empati terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur tidak langsung

## Saran dan Rekomendasi

1. Empati merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan perilaku petani kopi, untuk itu pihak Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya lebih memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan variabel empati. Misalnya dengan cara:
  - a. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi mendengarkan apa yang menjadi keinginan petani kopi.
  - b. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan empati khusus pada petani kopi.
  - c. Pegawai di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan pelayanan yang sama terhadap semua petani kopi.
2. Sebaiknya kualitas pelayanan lebih ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih baik lagi, upaya yang dapat dilakukan antara lain:
  - a. Pegawai Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi selalu memberikan contoh atau gambaran yang baik terhadap pelaksanaan usaha.
  - b. Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang cukup lengkap.
  - c. Meningkatkan Pegawai memberikan informasi dan pengalaman yang luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam & Noor, 2020. The Relationship Between Service Quality, Corporate Image, and Customer Loyalty of Generation Y: An Application of S-O-R Paradigm in the Context of Superstores in Bangladesh. *SAGE Open April-June 2020: 1 –19* © The Author(s) 2020 DOI: 10.1177/2158244020924405
- Almassawa, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan

Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No.3, Juli 2018*

- Arikunto, Suharsini, 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi ketiga*.
- Azhari, 2020. *The Effect of Quality of Service, Image, and Business Ethics on Satisfaction and loyalty. Journal Management Decion, Vol.45, No.9 p.1320-1333*
- Bontis, Nick and Lorne D.Booker (2017), “The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in banking industry”, *Journal Management Decion, Vol.45, No.9 p.1426-1445*.
- Brown, Stephen W., 2016, “A Multi Stage Model of Customers Assesment of Service Quality and Value”, *Journal of Marketing, April, pp. 92-98*
- Cronin J.Joseph Jr and Steven A. Taylor (2012), “ *Measuring Service Quality : A reexamination and extension*”, *Journal of Marketing Vol. 56 (July) p.55 – 68*
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu, 2016: *Statistik Induktif, Edisi: 4, Yogyakarta: BPFE*.
- Fornell, Claes; Johnson, Michael D ; Anderson, Eugene W ; Cha, Jaesun; Bryant, Barbara Everitt (2016), “The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings”. *Journal of Marketing, 60 (10). (7 – 18)*.
- Ghozali, Imam, 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*
- Gujarati, Damodar. 2015. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden,(2014). “*A Model of Reputation*

- Building and Destruction* "Journal of Business Research. Vol.31, June 1994, No. 1 ; p.23-31.
- Istijanto, 2016, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Juran, J.M., 2016, *Quality Control Handbook*, New York: Mc. Graw-Hill.
- Kotler, Philip.(2013), *Marketing Management*, 11<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Larasati & Suryoko, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. IV| 530
- Lolo, 2020. Study The Effects Of Corporate Image, Service Quality And Price Perceptions On Customer Satisfaction And Purchase Loyalty (A Survey On Pertamina In South Sulawesi Province). *EJBMR, European Journal of Business and Management Research* Vol. 5, No. 2, March 2020
- Loyalty of Patients in Hospitals in Makassar City. *International Journal of Management Progress* Volume 1 Number 2 February 2020 P-ISSN: 2686-6323, E-ISSN: 2686-634X
- Mutmainnah, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 10 No. 2 September 2017: 201-216 Doi: <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2344> 2019 ISSN 2442 - 9732 (Online) ISSN 0216 - 3780 (Print)
- Oliver, Richard L. (2017), " *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*", McGraw-Hill, New York, NY
- Parasuraman, A.,A.Zeithmal, V.,& L.Berry, L.2017" *A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*", Journal of Marketing, Vol.49 (fall).
- Pertiwi & Afridola, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Parabola Matrix Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core IT e-ISSN: 2548-3528 p-ISSN: 2339-1766*
- Prichard, mark P, 2015, "Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts", *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (3), p.333-348
- Rahayu & Wati, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen* Vol. 8 Nomor 2 (2018) p-ISSN (2088-219X) e-ISSN (XXXX-XXXX)
- Rashid & Rokade, 2019. Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty: A Study in Organized Food and Grocery Retail. *UKH Journal of Social Sciences | Volume 3 • Number 1 • 2019*
- Riduwan, 2017, *Skala pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.
- Selnes, Fred (2013), "An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, 27 (9). (19-35).
- Solomon, Michael (2016), *Consumer Behavior*, 3<sup>th</sup> edition, McGraw Hill.

Sugiyono, 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*,  
Cetakan Ketujuh, CV. Alfabeta,  
Bandung.

Tjiptono, Fandi, 2012, *Prinsip-prinsip Total  
Quality Service (TQS)* , Andi Offset,  
Yogyakarta.

Wilis & Nurwulandari, 2020. The effect of  
E-Service Quality, E-Trust, Price and  
Brand Image Towards E-Satisfaction  
and Its Impact on E-Loyalty of  
Traveloka's Customer. *JIMEA /  
Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,  
Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 4 No.  
3, 2020*

Zeithaml, Valerie; Berry, Leonard L.;and  
Parasuraman, A. (2018), “Sevqual:  
Multiple Item Scale for Measuring  
Consumer Perceptions of Service  
Quality”, *Journal of Retailing, Vol 64  
No.1 Spring*