

KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KECAMBAH KELAPA SAWIT PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT

Burju Silaban*, Rizki Amalia, Ratnawati Nurkhoiry, dan Zulfi Prima Sani Nasution

Abstrak - Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) merupakan produsen penghasil kecambah kelapa sawit varietas unggul. Beberapa varietas unggul PPKS yang telah dihasilkan menyebabkan perbedaan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan petani dalam membeli kecambah kelapa sawit PPKS. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan jumlah sampel sebanyak 44 sampel. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi petani menanam kelapa sawit yaitu untuk memperoleh keuntungan (66%), dan petani menyatakan sangat penting menggunakan kecambah berkualitas. Petani mengetahui kecambah kelapa sawit PPKS dari media sosial PPKS (39%) dan keluarga (23%), serta informasi yang paling penting diketahui adalah kualitas kecambah (66%). Atribut yang paling dipertimbangkan petani dalam membeli kecambah kelapa sawit PPKS adalah potensi TBS, harga, kemudahan akses dan pelayanan (45%). Pada tahap keputusan membeli, petani terlebih dahulu merencanakan pembelian kecambah, dan keputusan membeli yang disengaja dari diri sendiri (84%). Pembelian dilakukan dengan cara datang langsung ke kantor PPKS (51%), dan varietas yang paling banyak dibeli adalah varietas turunan Yangambi (48%) dan varietas Dumpy (27%). Petani yang melakukan pembelian kecambah PPKS (98%) puas, dan akan melakukan pembelian ulang (100%). Selanjutnya apabila harga naik, petani akan tetap membeli (91%), dan jika kecambah yang diinginkan tidak tersedia, petani akan menunggu ketersediaan varietas tersebut (48%). Petani juga menyatakan akan merekomendasikan kecambah PPKS kekonsumen lainnya.

Kata kunci: Kecambah, keputusan, petani

PENDAHULUAN

Keberhasilan pengembangan industri kelapa sawit Indonesia tidak terlepas dari ketersediaan faktor pendukung, salah satunya adalah ketersediaan benih kelapa sawit yang unggul (Isharyadi et al., 2022). Pemilihan bahan tanam atau benih yang tidak tepat akan memberikan resiko yang sangat besar, dan hal ini akan mengakibatkan petani mengalami kerugian, jika hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan. Petani harus menggunakan bahan tanam yang dijamin (dilegitimasi) oleh institusi penghasil benih (Pahan, 2021). Akan tetapi banyaknya varietas unggul yang dihasilkan oleh produsen benih dan yang telah dipasarkan akan menyebabkan perbedaan perilaku konsumen dalam keputusan membeli kecambah kelapa sawit.

Perilaku konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Kholik et al., 2020). Schiffman & Kanuk (2008), juga menyatakan perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Sumarwan et al., (2012), pengambilan keputusan konsumen diawali dengan munculnya kebutuhan konsumen terhadap produk yang akan dibelinya, konsumen mengenali keinginannya, pencarian informasi sebanyak-banyaknya, dan diakhiri dengan keputusan konsumen untuk melakukan pilihan produk yang telah dievaluasi berdasarkan sumber informasi dan pengetahuan konsumen terhadap produk.

Pinem & Safrida (2018), dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengambilan keputusan dalam penggunaan benih kelapa sawit, yaitu melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca

Penulis yang tidak disertai dengan catatan kaki instansi adalah peneliti pada Pusat Penelitian Kelapa Sawit

Burju Silaban* (✉)
Pusat Penelitian Kelapa Sawit
Jl. Brigjen Katamso No. 51 Medan 20158, Indonesia
Email: burjusilaban02@gmail.com

pembelian. Tahap pertama kali yang dilakukan dalam pengambilan keputusan adalah motivasi konsumen, dimana konsumen menggunakan benih kelapa sawit karena kualitas benih, kemudahan dalam mendapatkan, dan juga harga yang terjangkau. Nasution & Pinem (2020), juga menjelaskan persentasi terbesar petani membeli dan menggunakan benih yaitu karena mengikuti petani lain, dimana petani memberikan pengaruh yang dianggap lebih memiliki pengalaman. Salah satu produsen penghasil kelapa sawit yang market terbesarnya petani adalah Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). Supena et al., (2021), menyatakan bahwa sebesar 80%, petani membeli kecambah kelapa sawit ke PPKS. Hal ini juga didukung oleh penelitian (Nasution & Tarigan, 2021) yang menyatakan bahwa rata-rata petani lebih banyak menggunakan bibit yang diproduksi oleh PPKS. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keputusan konsumen membeli kecambah kelapa sawit Pusat Penelitian Kelapa Sawit.

BAHAN DAN METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus tahun 2023 di Pusat Penelitian Kelapa Sawit di Kecamatan Medan Maimun, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa PPKS adalah produsen benih kelapa sawit dengan varietas-varietas unggul. Varietas - varietas unggul PPKS yaitu varietas Dumpy, turunan SP540 (DxP PPKS 540, DxP Simalungun, DxP AVROS, DXP 540 NG), turunan Yangambi (DxP PPKS 239, DxP PPKS 718, DxP Yangambi), DxP Langkat.

Jenis dan sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder dan data primer. Data primer didapatkan melalui pengisian kuesioner yang dilaksanakan dengan wawancara secara langsung dan juga menyebar google form ke konsumen yang membeli kecambah PPKS. Data sekunder diperoleh dari instansi Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) dan berbagai literatur seperti buku, jurnal, thesis, dan skripsi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani yang membeli kecambah di PPKS, dengan total sebanyak 44 sampel.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu untuk mengetahui keputusan petani membeli kecambah kelapa sawit PPKS. Keputusan petani membeli kecambah kelapa sawit PPKS dilihat mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tahap pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan keputusan petani dalam membeli kecambah kelapa sawit Pusat Penelitian Kelapa Sawit menjadi faktor penting yang harus diperhatikan petani. Pengambilan keputusan yang salah akan berdampak hingga sampai 25 tahun kedepan. Adapun pengambilan keputusan petani yang membeli kecambah kelapa sawit Pusat Penelitian Kelapa Sawit, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses Keputusan Petani Membeli Kecambah Kelapa Sawit PPKS (Koto et al., 2019)

Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan menjadi langkah awal untuk melakukan proses pembelian suatu produk. Pengenalan kebutuhan perlu diketahui dari motivasi,

tingkat kepentingan, dan manfaat yang dicari konsumen dalam membeli varietas unggul kelapa sawit. Tahapan pengenalan kebutuhan petani terhadap dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahap pengenalan kebutuhan petani

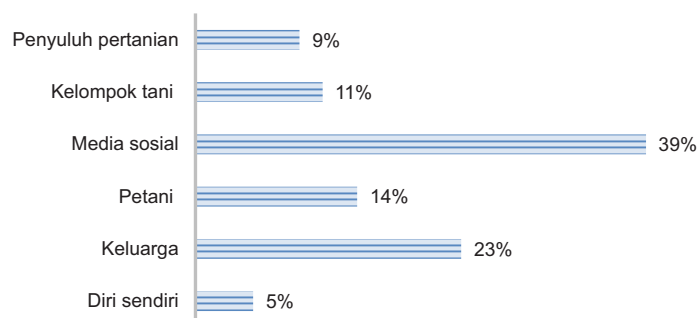
No	Uraian	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
A	Alasan menanam sawit		
1.	Memperoleh keuntungan	29	66
2.	Turun temurun	14	32
3.	Ikut petani lain	1	2
B	Tingkat kepentingan menggunakan kecambah berkualitas		
1.	Sangat penting	44	100
C	Manfaat yang diharapkan		
1.	Hasil panen yang tinggi	28	64
2.	Kualitas yang baik	16	36
3.	Waktu panen yang cepat	0	-

Sumber: Data diolah, (2023)

Motivasi petani menanam kelapa sawit yaitu untuk memperoleh keuntungan sebesar 66%, turun temurun sebesar 32%, dan motivasi karena ikut petani lain 2%. Petani yang membeli kecambah kelapa sawit PPKS menyatakan bahwa menggunakan varietas unggul merupakan salah satu atribut yang sangat penting dalam investasi perkebunan kelapa sawit. Tingkat kepentingan petani menggunakan kecambah kelapa sawit sebesar 100% menyatakan sangat penting.

Perkembangan teknologi pada zaman yang semakin maju, sangat membantu konsumen terkhususnya petani dalam mencari informasi tentang kebutuhan kecambah yang mereka inginkan. Mutia (2023), menyatakan pencarian informasi dapat dilakukan dengan cara pencarian internal (pengetahuan yang tersimpan dalam memori), dan pencarian eksternal (informasi dari lingkungan). Petani mengetahui informasi terkait varietas unggul PPKS yaitu dari berbagai sumber, yaitu dari diri sendiri, keluarga, media sosial, petani lainnya, dan penyuluh pertanian (Gambar 2).

Pencarian Informasi

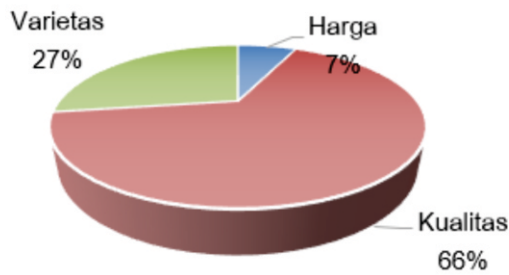


Gambar 2. Sumber informasi mengenai kecambah PPKS (Data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil penelitian pada Gambar 2, bahwa informasi mengenai kecambah kelapa sawit PPKS, sebagian besar petani memperoleh informasi dari media sosial PPKS (39%). Media sosial PPKS yang menjadi sumber informasi bagi petani adalah Youtube, Instagram, Facebook, dan juga Web PPKS. Hasil ini didukung pada laporan (PPKS, 2021), dimana sumber informasi konsumen tentang pembelian kecambah kelapa sawit PPKS sebesar 52% dari media sosial dan media cetak. Selain itu, petani juga mengetahui informasi kecambah PPKS melalui diri-sendiri (5%), keluarga (23%), petani lainnya (14%), kelompok tani (11%), dan penyuluh pertanian (9%). Pinem & Pratiwi (2020), menyatakan bahwa bibit yang dipilih dan digunakan petani dipilih berdasarkan

informasi dari petani dan kelompok tani yaitu sebesar 56%. Petani percaya dengan kelompok tani atau petani lainnya, karena petani responden langsung melihat keunggulan dari bibit yang ditanam petani.

Pada tahap pencarian informasi yang paling penting diketahui petani responden terhadap kecambah PPKS adalah kualitas dari kecambah PPKS (66%), jenis varietas (27%), dan harga kecambah (7%) (Gambar 3). Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pinem & Safrida, 2018) yang menyatakan bahwa informasi yang paling penting diketahui petani dalam penggunaan benih unggul adalah kualitas benih (42%), selain itu juga yang paling penting diketahui adalah harga.

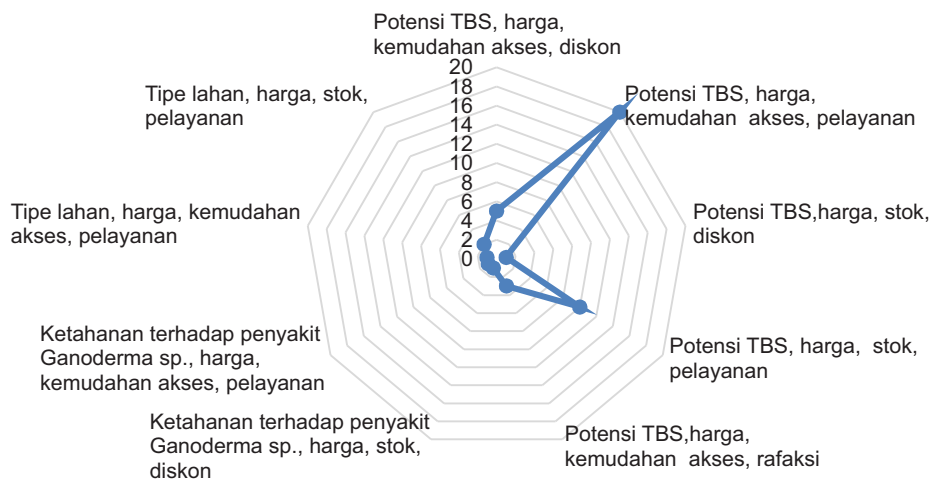


Gambar 3. Informasi paling penting diketahui dalam membeli kecambah PPKS (Data diolah, 2023)

Evaluasi Alternatif

Petani responden yang telah mengetahui informasi tentang atribut yang berkaitan dengan kecambah PPKS, selanjutnya petani melakukan evaluasi

alternatif. Petani menetapkan atribut-atribut sesuai dengan manfaat yang diharapkan sebelum memutuskan pembelian kecambah PPKS. Pemilihan atribut dilakukan dengan memilih salah satu atribut dari 4 variabel produk, harga, tempat, dan promosi.



Gambar 4. Tahapan evaluasi alternatif

Hasil evaluasi alternatif pada Gambar 4, menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan petani dalam membeli kecambah kelapa sawit PPKS yaitu: 1. Potensi TBS, harga, kemudahan akses dan pelayanan (45%); 2. Potensi TBS, harga, stok, diskon (23%); 3. Potensi TBS, harga, kemudahan akses, diskon (11%); 4. Potensi TBS, harga, kemudahan akses, rafaksi (7%); 5. Tipe lahan, harga, stok, pelayanan (5%); 6. Potensi TBS, harga, stok, diskon (2%); 7. Ketahanan terhadap penyakit *Ganoderma* sp., harga, stok, diskon (2%); 8. Ketahanan terhadap penyakit *Ganoderma* sp., harga, kemudahan akses, pelayanan (2%); 9. Tipe lahan, harga, kemudahan akses, pelayanan (2%). Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Syamsiah, 2016; Pinem & Safrida, 2018; Pinem & Pratiwi, 2020) bahwa potensi produksi merupakan pertimbangan dalam membeli suatu produk, dimana produktivitas yang tinggi akan memberikan keuntungan yang lebih tinggi. Atribut yang dipertimbangkan petani dalam membeli produk

adalah harga, ketersediaan produk, dan juga ketahanan terhadap penyakit.

Tahap Pembelian

Keputusan pembelian dilakukan setelah petani menentukan alternatif pilihan dari atribut-atribut kecambah kelapa sawit PPKS. Petani yang akan membeli kecambah kelapa sawit PPKS telah menetapkan varietas apa yang akan dibeli, berapa banyak (butir), bagaimana cara pembelian, dan dimana akan membeli. Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 2, bahwa petani responden yang akan membeli kecambah kelapa sawit PPKS, terlebih dahulu merencanakan pembelian (100%). Perencanaan dilakukan dengan cara menyiapkan lahan pembibitan yang akan ditanam, mempersiapkan uang yang akan dikerluarkan, dan mengatur waktu kapan untuk membelinya.

Tabel 2. Keputusan pembelian kecambah kelapa sawit PPKS

No	Tahap pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
A.	Cara pembelian kecambah PPKS		
	1. Terencana	100	100
B.	Yang mempengaruhi dalam membeli kecambah PPKS		
	1. Diri sendiri	37	84
	2. Bagian pemasaran PPKS	1	2
	3. Keluarga	2	5
	4. Kelompok tani	4	9
C.	Tempat membeli kecambah PPKS		
	1. Produsen langsung	100	100
D.	Varietas yang dibeli		
	1. Dumpy	12	27
	2. Turunan SP540 (DxP PPKS 540, DxP Simalungun)	8	18
	3. Turunan Yangambi (DxP PPKS 239, DxP PPKS 718, DxP Yangambi)	21	48
	4. Langkat	2	5
	5. PPKS DxP 540 NG	1	2

(continued)

No	Tahap pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
E.	Berapa kali membeli dalam 1 tahun		
	1. 1 kali	12	27
	2. 2 kali	8	18
	3. > 3 kali	24	55
F.	Jumlah dalam sekali pembelian (butir)		
	1. 100 - 500	15	34
	2. 600 -1.100	14	32
	3. > 1.200	15	34
G.	Harga kecambah kelapa sawit PPKS		
	1. Rp. 8000	44	100
H.	Kesesuaian harga dengan kualitas		
	1. Ya, sesuai	44	100
I.	Cara pembelian kecambah PPKS		
	1. Datang langsung	22	50
	2. Aplikasi My sawit	6	14
	3. Hotline WA	13	30
	4. Aplikasi My sawit dan Hotline WA	2	5
	5. Datang langsung dan My sawit	1	2

Sumber: Data diolah, (2023)

Pembelian kecambah kelapa sawit PPKS pada umumnya yang mempengaruhi petani untuk membeli adalah diri sendiri (84%), kelompok tani (9%), keluarga (5%), dan bagian pemasaran PPKS (2%). Petani memutuskan untuk membeli dengan dorongan diri-sendiri berdasarkan informasi yang diterima. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Pinem & Safrida, 2018), yang menyatakan bahwa yang mempengaruhi petani membeli benih adalah diri-sendiri (72%), petani/kelompok tani (21%), dan keluarga (7%).

Petani responden pada umumnya membeli kecambah kelapa sawit PPKS yaitu ke produsen langsung (100%), hal ini untuk menghindari kecambah palsu. Petani yang membeli kecambah kelapa sawit PPKS dengan cara datang langsung ke

kantor PPKS yaitu sebesar 51%, hotline WA 30%, aplikasi My sawit 14%, dan pembelian dari my sawit dan hotline WA 5%. Petani yang datang secara langsung membeli kacambah kelapa sawit merasa lebih puas, hal ini dikarenakan petani dapat melihat secara langsung kecambah yang dibeli dan juga petani dapat konsultasi langsung terkait budidaya kelapa sawit. Varietas yang paling banyak dibeli dan ditanam oleh petani responden adalah varietas turunan Yangambi (48%), dumpy (27%), Turunan SP540 (18%), Langkat (5%), dan DxP 540 NG (2%). Petani lebih banyak membeli varietas Yangambi dikarenakan Yangambi memiliki potensi produksi yang tinggi yaitu 35-38 ton/tahun (IOPRI, 2023).

Pembelian kecambah kelapa sawit PPKS oleh petani dalam 1 tahun yaitu lebih dari 3 kali (55%), 1

kali (27%), dan 2 kali (18%). Selanjutnya kebutuhan benih dalam setiap kali pembelian juga berbeda-beda setiap petani. Jumlah dalam setiap kali pembelian sebanyak 100-500 butir (34%), 600 - 1.100 butir (32%), dan > 1.200 butir (34%). Harga kecambah perbutir yang dibeli petani yaitu seharga Rp.8000,00, dengan diskon 10%, maka petani hanya membayarkan Rp. 7200,00. Hasil penelitian juga menunjukkan kesesuaian harga dengan kualitas kecambah PPKS, sebanyak 44 orang atau 100% menyatakan telah sesuai dengan harapan petani. Niko et al., (2021), berpendapat bahwa harga yang telah sesuai dengan kualitas produk akan menciptakan hal positif bagi konsumen, dan akan memberikan kepuasan yang sesuai.

Perilaku pasca pembelian

Tahap akhir dari proses keputusan membeli adalah perilaku petani setelah pembelian. Petani yang sudah membeli dan menanam kecambah kelapa sawit PPKS melakukan evaluasi apakah kecambah yang dibeli sudah sesuai dengan harapan petani. Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 3, petani yang membeli kecambah kelapa sawit PPKS sebanyak 43 orang atau 98% menyatakan puas melakukan pembelian kecambah kelapa sawit PPKS, dan sisanya 2% menyatakan tidak puas. Penelitian (Koto et al., 2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pembelian kecambah akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian ulang.

Petani yang telah membeli kecambah kelapa sawit PPKS, akan melakukan pembelian ulang kecambah PPKS (100%) sesuai dengan kebutuhannya. Nico et al., (2021), menyatakan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen akan menjadi nilai tambah bagi produsen, sehingga produsen harus menjaga konsumen yang melakukan pembelian ulang untuk membentuk loyalitas konsumen.

Perilaku pembelian yang sangat penting juga adalah terkait harga, dimana harga merupakan faktor yang menentukan untuk membeli kembali. Apabila harga naik, petani juga akan tetap membeli kecambah PPKS (91%) dan tidak membeli atau mencari produsen lain 9%. Petani lebih banyak tetap membeli karena menurut petani, kecambah kelapa sawit PPKS sudah sangat jelas kualitasnya dan juga merupakan produsen resmi. Sementara jika kecambah PPKS yang diinginkan tidak tersedia, sebanyak 48% petani akan menunggu ketersediaan varietas tersebut, membeli varietas lain 36%, dan mencari produsen lain 16%. Hal ini menunjukkan bahwa produsen benih atau PPKS harus menjaga ketersediaan atau stok kecambah kelapa sawit sesuai dengan varietas yang diinginkan petani, supaya konsumen tidak beralih keprodusen lainnya. Hasil penelitian juga menyatakan petani yang melakukan pembelian kecambah PPKS, akan merekomendasikan kecambah PPKS kekonsumen lainnya (100%).

Tabel 3. Perilaku pasca pembelian kecambah kelapa sawit PPKS

No	Perilaku pasca pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
A.	Kepuasan terhadap pembelian		
	1. Ya, Puas	43	98
	2. Tidak puas	1	2
B.	Pembelian ulang		
	1. Ya, Membeli	44	100
C.	Sikap ketika harga kecambah PPKS naik		
	1. Tetap membeli	40	91
	2. Tidak membeli dan mencari produsen lain	4	9

(continued)

No	Perilaku pasca pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
D.	Sikap jika sulit diperoleh sesuai varietas yang diinginkan		
	1. Membeli varietas lain	16	36
	2. Menunggu	21	48
	3. Mencari produsen lain	7	16
E.	Responden akan merekomendasikan kekonsumen lain		
	1. Ya, akan merekomendasikan	44	100

Sumber: Data diolah, (2023)

Kesimpulan

Proses pengambilan keputusan petani membeli kecambah kelapa sawit PPKS ada lima (5) tahap, yaitu: Pertama, tahap pengenalan kebutuhan. Pada tahap ini motivasi petani menanam kelapa sawit yaitu untuk memperoleh keuntungan sebesar 66%, turun temurun sebesar 32%, dan motivasi karena ikut petani lain 2%. Sementara tingkat kepentingan petani menggunakan kecambah kelapa sawit sebesar 100% menyatakan sangat penting. Kedua, tahap pencarian informasi. Sebagian besar petani mengetahui kecambah kelapa sawit PPKS dari media sosial PPKS (39%) dan keluarga (23%), serta pada tahap pencarian informasi yang paling penting diketahui petani responden adalah kualitas dari kecambah PPKS (66%). Ketiga, tahap evaluasi alternatif. Tahap ini menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan petani dalam membeli kecambah kelapa sawit PPKS yaitu: potensi TBS, harga, kemudahan akses dan pelayanan (45%). Keempat, tahap keputusan pembelian. Pada tahap ini petani responden yang akan membeli kecambah kelapa sawit PPKS, terlebih dahulu merencanakan pembelian kecambah (100%), dan yang mempengaruhi petani untuk membeli adalah diri sendiri (84%), serta membeli kecambah kelapa sawit PPKS yaitu ke produsen langsung (100%). Petani yang membeli kecambah kelapa sawit PPKS paling besar yaitu dengan cara datang langsung ke kantor PPKS (51%) dan melalui hotline WA (30%). Selanjutnya varietas

yang paling banyak dibeli petani responden adalah varietas turunan Yangambi (48%) dan varietas dumpy (27%). Kelima, tahap perilaku pasca pembelian. Petani yang membeli kecambah kelapa sawit PPKS (98%) menyatakan puas dalam melakukan pembelian, dan petani akan melakukan pembelian ulang kecambah PPKS (100%) sesuai dengan kebutuhannya. Selanjutnya apabila harga naik, petani akan tetap membeli kecambah PPKS (91%), sementara jika kecambah PPKS yang diinginkan tidak tersedia, sebanyak (48%) petani akan menunggu ketersediaan varietas tersebut, membeli varietas lain (36%), dan mencari produsen lain (16%). Secara umum petani yang telah melakukan pembelian kecambah PPKS akan merekomendasikan kecambah PPKS kekonsumen lainnya (100%).

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Tim Satuan Usaha Strategis Bahan Tanaman (SUS-BHT) Pusat Penelitian Kelapa Sawit yang telah mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Indonesia Oil Palm Research Institute (IOPRI). (2023). Bahan Tanaman PPKS. Diakses pada 16 Agustus 2023.

- Isharyadi, F., Tampubolan, B. D., & Prasetya Bambang. (2022). *Analysis of Critical Point for Quality Assurance of Palm Oil Seed in Indonesia*. Jurnal penelitian Kelapa Sawit, 30 (3), 161 – 170.
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Y. A., Merung, H., & Nufus, N. (2020). Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar). www.penerbitwidina.com
- Koto, I. Z., Sadalia, I., & Rini, E. S. (2019). *The Influence of Brand Association and Perceived Quality through Customer Satisfaction on Repurchase decision of Oil Palm Seed (Case Study at Oil Palm Research Center)*. Saudi J Bus Manag Stud. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2019.v04i06.005>
- Mutia, A. I. (2023). *Analysis of Consumer Attitudes on Purchase Decisions for Fresh Vegetable Products zzzat the Modern Market in Medan City*. In *Asian Journal of Engineering, Social and Health (Vol. 2, Issue 9)*. <https://ajesh.ph/index.php/gp>
- Nasution, M. P., & Br Tarigan, P. S. (2021). Analisis Preferensi Petani Kelapa Sawit dalam Membeli Bibit Kelapa Sawit Bersertifikat di Kabupaten Batu Bara. *AGRIMOR*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.32938/ag.v6i1.1165>
- Nasution, M. P., & Pinem, L. J. (2020). Analisis Sikap dan Kepuasan Petani dalam Menggunakan Benih Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis*) Bersertifikat di Kabupaten Labuhan Batu Utara. *AGRIMOR*, 5 (3) , 4 0 – 4 4 . <https://doi.org/10.32938/ag.v5i3.856>
- Nico, A., Doan, G., Ali, H., & Doan1, G. (2021). *Repurchase Model Through Purchase Decision: Analysis of Product and Price Effect on Dulux Paint Consumers in DKI Jakarta and Tangerang Area*. 2 (1) . <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i1>
- Pahan, I. 2012. Panduan Lengkap Kelapa Sawit, manajemen agribisnis dari hulu hingga hilir. Penebar Swadaya. Jakarta
- Pinem & Safrida. (2018). Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Petani Dalam Memilih Benih Kelapa Sawit Bersertifikat Dan Non Bersertifikat Di Kabupaten Labuhan Batu Utara. Vol 2 no 1. Universitas Prima Indonesia.
- Pinem, L. J., & Pratiwi, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Dalam Memilih Bibit Kelapa Sawit. *Agriproma Tech*. Vol. 3, Issue 2. Universitas Prima Indonesia
- Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). (2021). Laporan Tahunan 2021. Medan.
- Schiffman & Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen Ed 7. Jakarta: PT. Indeks.
- Supena N, Taufiq Caesar H & Irma Zulhana K, (2021). Sebaran Penyaluran Kecambah PPKS. PPKS Note. Edisi September 2021.
- Sumarwan, U. Prihartono, A.G. Sumarlin, A. W. Mamahit, D. A. Purnomohadi, E. Hasan, J. Ahmady, M. Wulandari, R. Haryono, T. (2012). Riset Pemasaran dan Konsumen. PT Penerbit IPB Press. Bogor
- Syamsiah. (2016). Sikap Dan Preferensi Petani Terhadap Penggunaan Benih Padi Varietas Unggul Di Kabupaten Subang Jawa Barat. Tesis. Institut Pertanian Bogor.

