



PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP DAYA BELI PADA SOSIALISASI INOVASI PRODUK BAWANG MERAH TERHADAP MINAT BELI PEGAWAI DINAS PERTANIAN DAN KETAHANAN PANGAN KABUPATEN BREBES

Khoirul Umi Nur Fauziyah^{1*}, M. Irfan Febriansyah²

^{1,2} Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka

E-mail: 052131865@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

Shallot product innovation is one of the strategies pursued by the Brebes Regency Government to increase the added value of the region's leading commodity. However, the success of this innovation is greatly influenced by the knowledge and attitudes of employees, as internal stakeholders. This study aims to analyze the influence of knowledge and attitudes regarding purchasing power on employee purchase intention regarding shallot product innovation. Using a quantitative approach with 101 respondents, the research instrument passed validity and reliability tests, indicating its suitability for use. Multiple linear regression analysis showed that knowledge and attitudes regarding purchasing power significantly influence purchase intention, both simultaneously and partially, with knowledge being the most dominant factor. The regression model proved to meet all classical assumptions, thus ensuring the reliability of the research results. These findings emphasize the importance of increasing education and outreach regarding shallot product innovation to strengthen employee purchase intention as a first step in encouraging successful innovation implementation within the agency.

Keywords: *Product innovation, Purchase intention, Knowledge, Attitude towards purchasing power.*

ABSTRAK

Inovasi produk bawang merah menjadi salah satu strategi yang diupayakan Pemerintah Kabupaten Brebes untuk meningkatkan nilai tambah komoditas unggulan daerah. Namun, keberhasilan inovasi tersebut sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan sikap pegawai sebagai bagian dari internal stakeholder. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli terhadap Minat Beli pegawai terhadap inovasi produk bawang merah. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 101 responden, instrumen penelitian telah melewati uji validitas dan reliabilitas dengan hasil yang menunjukkan instrumen layak digunakan. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli berpengaruh signifikan, baik secara simultan maupun parsial, terhadap Minat Beli; dengan Pengetahuan menjadi faktor yang paling dominan. Model regresi terbukti memenuhi seluruh asumsi klasik sehingga hasil penelitian dapat dipercaya. Temuan ini menegaskan

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No
235

Prefix DOI :

[10.8734/Kohesi.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



pentingnya peningkatan edukasi dan sosialisasi terkait inovasi produk bawang merah untuk memperkuat minat beli pegawai sebagai langkah awal dalam mendorong keberhasilan implementasi inovasi di lingkungan instansi.

Kata kunci: Inovasi produk, Minat beli, Pengetahuan, Sikap terhadap daya beli.

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Brebes merupakan salah satu sentra utama produksi bawang merah di Indonesia dan berkontribusi signifikan terhadap pasokan nasional (Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes, 2024). Produksi bawang merah Kabupaten Brebes tercatat mencapai 409.106,9 ton. Jika dibandingkan dengan total produksi bawang merah nasional yang tercatat sekitar 2.085.720,8 ton menurut data statistik hortikultura nasional, produksi Brebes mampu memenuhi kebutuhan nasional hingga sekitar 19,6% (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementerian Pertanian RI, 2024). Besarnya kontribusi ini menegaskan peran strategis Brebes dalam ketahanan pangan nasional; namun angka produksi yang besar tersebut tidak otomatis menjamin keberhasilan adopsi inovasi produk bawang merah di tingkat lokal maupun nasional.

Urgensi penelitian ini semakin terlihat ketika mempertimbangkan posisi strategis Brebes dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Inovasi produk bawang merah memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah komoditas, mendorong daya saing, serta memperkuat keberlanjutan agrikultur daerah. Keberhasilan implementasi inovasi sangat bergantung pada tingkat penerimaan aktor internal, termasuk pegawai dinas, yang berperan dalam penyebaran informasi dan pelaksanaan kebijakan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan sikap memiliki pengaruh kuat terhadap minat beli konsumen. Septiani, dkk (2024) menemukan bahwa pengetahuan dan persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap niat membeli produk organik. Widjaja (2024) juga menegaskan bahwa sikap menjadi mediator penting yang memperkuat hubungan antara pengetahuan konsumen dan minat beli. Selain itu, Chen, dkk (2020) menunjukkan bahwa citra dan nilai hijau suatu produk dapat meningkatkan minat beli melalui pembentukan sikap positif. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa tanpa pemahaman yang memadai mengenai inovasi, produk bawang merah inovatif memiliki potensi gagal menarik minat beli meskipun memiliki peluang pasar yang besar.

Berbagai kajian terdahulu memperkuat pentingnya hubungan antara pengetahuan, sikap, dan minat beli konsumen. Penelitian mengenai produk pangan dan organik menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dan keputusan membeli sering kali



dipengaruhi oleh persepsi kualitas, motivasi, dan kepercayaan terhadap manfaat produk (Yanti, dkk, 2024). Sikap positif terbukti menjadi faktor kunci dalam mendorong minat beli, terutama pada produk yang menawarkan nilai tambah seperti kualitas lebih tinggi atau manfaat kesehatan. Meskipun demikian, kajian yang secara khusus meneliti pegawai pemerintahan sebagai aktor internal dalam adopsi inovasi produk agrikultur masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk diisi, terutama dalam konteks inovasi produk bawang merah di Kabupaten Brebes.

Berdasarkan gambaran tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami tingkat pengetahuan dan sikap pegawai Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes terhadap inovasi produk bawang merah serta menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap daya beli pegawai. Penelitian ini juga berupaya menelaah hubungan antara daya beli dan minat beli terhadap produk bawang merah inovatif, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi strategi sosialisasi, edukasi, dan pemasaran internal yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mendukung peningkatan adopsi inovasi, memperkuat nilai tambah komoditas, serta berkontribusi pada keberlanjutan bawang merah sebagai komoditas unggulan Brebes.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta analisis regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS Statistics. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pengukuran yang objektif, sistematis, dan memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel. Barella, dkk (2025) menegaskan bahwa metode kuantitatif tepat digunakan ketika penelitian bertujuan menguji pengaruh antarvariabel berdasarkan data empiris.

Selain itu, regresi linier berganda merupakan teknik standar dalam analisis multivariat untuk menilai hubungan simultan beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, khususnya dalam data berskala Likert (Sutarno, 2021)

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada November 2025 di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes, yang dipilih karena merupakan pusat pengembangan inovasi dan penyuluhan komoditas bawang merah.

Populasi Penelitian



Populasi penelitian ini mencakup 130 pegawai Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes, meliputi pejabat struktural, fungsional, serta staf teknis.

Perhitungan Sampel dan Teknik Sampling

Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, purposive sampling digunakan karena hanya pegawai yang pernah terlibat dalam sosialisasi, penyuluhan, pendampingan, atau kegiatan inovasi bawang merah yang mampu memberikan data yang akurat dan relevan. Pendekatan ini sering dipakai dalam penelitian organisasi dan survei pegawai pemerintah yang berfokus pada kompetensi, perilaku, dan proses adopsi inovasi (Barella dkk., 2025; Riyanto & Hatmawan, 2020). Dengan demikian, purposive sampling dipilih karena memberikan kedalaman data, meningkatkan relevansi responden, serta memastikan bahwa analisis regresi berbasis pada informasi yang valid.

Perhitungan Sampel Menggunakan Rumus Slovin

Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin yang umum diterapkan dalam penelitian sosial dan pendidikan (Majdina, Pratikno, & Tripena, 2024):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan populasi $N = 130$ dan tingkat kesalahan $e = 0,05$:

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0,0025)} = \frac{130}{1,325} = 98,11$$

Hasil dibulatkan menjadi 99 responden.

Namun, karena terdapat 101 pegawai yang memenuhi kriteria inklusi, maka seluruhnya digunakan sebagai sampel. Pemilihan seluruh subpopulasi yang memenuhi syarat ini disebut sampling jenuh, dan dapat meningkatkan representativitas (Majdina, dkk, 2024).

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria Inklusi

Responden dipilih apabila:

- a. Pernah mengikuti sosialisasi inovasi bawang merah.
- b. Terlibat dalam penyuluhan, pembinaan, atau pendampingan inovasi pertanian.
- c. Bekerja pada bidang yang berhubungan langsung dengan komoditas pertanian.

Kriteria Eksklusi

Responden dikeluarkan apabila:

- a. Tidak pernah mengikuti kegiatan sosialisasi inovasi.
- b. Tidak terlibat dalam pendampingan atau penyuluhan.



- c. Bekerja pada bagian administrasi umum yang tidak berhubungan dengan pertanian.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer diperoleh dari kuesioner skala Likert 1-5 yang diisi oleh 101 responden.

Data Sekunder

Data sekunder berasal dari laporan kegiatan dinas, dokumen penyuluhan, serta buku dan artikel ilmiah terkait inovasi pertanian, sampling, dan analisis regresi.

Instrumen Penelitian dan Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas

Validitas diuji menggunakan Corrected Item-Total Correlation, dengan batas $r > 0,30$. Teknik ini merupakan standar dalam pengujian instrumen survei (Sutarno, 2021).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha. Nilai $\alpha \geq 0,70$ menunjukkan konsistensi internal instrumen (Hair et al., 2020).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dilakukan sebelum analisis regresi linier berganda:

- a. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Data dinyatakan normal jika nilai Sig. $> 0,05$.

- b. Uji Homoskedastisitas

Dilihat melalui scatterplot ZPRED-ZRESID. Sebaran titik yang acak menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

- c. Uji Multikolinearitas

Kriteria:

Tolerance $> 0,10$

VIF < 10

Sesuai pedoman Hair et al. (2020).

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan tahapan berikut:

- A. Analisis Korelasi

Untuk melihat hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat.

- B. Koefisien Determinasi (R^2)

Menjelaskan persentase variasi variabel terikat yang dipengaruhi variabel bebas.

- C. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan.



D. Uji t (Parsial)

Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas.

E. Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics (Riyanto & Hatmawan, 2020; Barella et al., 2025).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian yang digunakan pada studi ini diuji kualitasnya melalui tahapan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang hendak diteliti. Pengujian dilakukan dengan teknik Corrected Item-Total Correlation, yaitu korelasi antara skor pada setiap item dengan skor total instrumen setelah item tersebut dikeluarkan. Berdasarkan kaidah umum dalam penelitian kuantitatif, suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasi mencapai atau melebihi 0,30. Kriteria ini sejalan dengan temuan dalam studi yang dilakukan oleh Hakim (2023), yang menggunakan corrected item-total correlation sebagai dasar penentuan validitas item.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 20 item yang diuji, sebanyak 19 item memenuhi kriteria validitas dengan nilai korelasi di atas 0,30, sementara item P6 hanya memperoleh nilai 0,263, sehingga dinyatakan tidak valid. Nilai tersebut menunjukkan bahwa P6 kurang memiliki keterkaitan yang cukup kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga disarankan untuk direvisi atau bahkan dihapus agar instrumen menjadi lebih baik. Rekomendasi ini konsisten dengan praktik metodologis yang turut dijelaskan oleh Veri dkk. (2023), yang juga menekankan bahwa item dengan korelasi rendah sebaiknya dieliminasi untuk meningkatkan kualitas instrumen penelitian.

Tabel 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	80,8700	32,377	,519	,847
P2	80,8100	33,105	,353	,853



P3	80,7700	32,664	,440	,850
P4	80,8700	32,478	,421	,851
P5	80,9300	32,025	,448	,850
P6	80,8800	33,278	,263	,857
P7	80,8500	33,119	,343	,854
P8	80,8100	32,842	,397	,852
P9	80,8700	32,619	,415	,851
P10	80,9700	31,383	,437	,851
P11	81,1000	32,091	,476	,848
P12	81,0400	32,847	,400	,851
P13	81,0700	31,662	,562	,845
P14	81,0500	31,745	,534	,846
P15	80,9400	32,219	,453	,849
P16	81,1000	31,889	,459	,849
P17	81,0000	31,737	,489	,848
P18	81,0200	32,202	,460	,849
P19	81,0100	31,303	,561	,845
P20	80,8400	32,681	,452	,850

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen, yaitu tingkat keterandalan item-item dalam menghasilkan data yang stabil dan konsisten. Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana nilai alpha sebesar 0,70 atau lebih dianggap memadai. Hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,856, yang mengindikasikan konsistensi internal yang sangat baik. Dengan kata lain, sebagian besar item saling mendukung dalam mengukur konstruk yang sama dengan baik. Selain itu, ketika item P6 dikeluarkan, nilai alpha sedikit meningkat menjadi 0,857, yang memperkuat argumen bahwa penghapusan P6 dapat meningkatkan reliabilitas keseluruhan tanpa mengorbankan cakupan konstruk.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,856	20

B. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan koreksi Lilliefors untuk mengevaluasi apakah distribusi data pada setiap variabel memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,101 untuk variabel Minat Beli, 0,175 untuk variabel Pengetahuan, dan 0,200 untuk variabel Sikap terhadap daya beli. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0,05, sehingga ketiga variabel dapat disimpulkan berdistribusi normal. Distribusi yang normal ini menegaskan bahwa data layak dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik seperti regresi linier.

Tabel 3. Uji Normalitas

Tests of Normality

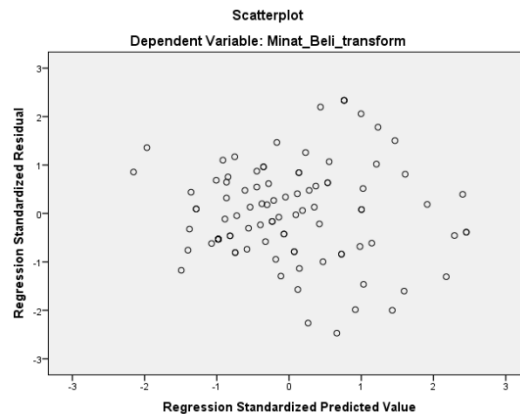
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Minat_Beli	,081	100	,101
Pengetahuan	,076	100	,175
Sikap terhadap daya beli	,074	100	,200*

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

C. Uji Homoskedastisitas

Uji homoskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menganalisis scatterplot antara nilai ZPRED dan ZRESID untuk menilai apakah varians residual pada model regresi bersifat konstan. Berdasarkan hasil scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah garis horizontal, serta tidak membentuk pola tertentu seperti funneling (mengumpul-melebar), pola melengkung, atau pola sistematis lainnya. Pola penyebaran yang acak ini menunjukkan bahwa varians residual homogen pada setiap tingkat prediktor, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Pemenuhan asumsi ini penting karena memastikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah ketidakkonsistenan varians yang dapat memengaruhi keakuratan estimasi koefisien dan uji signifikansi. Hal ini sejalan dengan penjelasan Widodo (2023) yang menyatakan bahwa penyebaran residual yang acak pada scatterplot merupakan indikator utama terpenuhinya asumsi homoskedastisitas dalam regresi linear, sehingga model dapat dikatakan layak dan valid untuk dianalisis lebih lanjut.

Gambar 1. Uji Homokasdisitas**D. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar-variabel independen yang dapat mengganggu stabilitas estimasi model regresi. Hasil perhitungan melalui output SPSS menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli memiliki nilai Tolerance sebesar 0,585 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,709. Nilai-nilai tersebut berada dalam rentang yang dapat diterima, karena secara umum multikolinearitas dianggap tidak terjadi apabila $Tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tidak menunjukkan gejala multikolinearitas, sehingga masing-masing variabel memiliki kemampuan prediktif yang independen dan tidak saling mengganggu dalam menjelaskan variabel dependen. Kondisi ini memastikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki estimasi koefisien yang stabil dan reliabel, serta layak untuk diinterpretasikan lebih lanjut.

E. Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai $R = 0,832$ menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli dengan Minat Beli. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan dan sikap daya beli responden, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki minat beli. Nilai $R\text{ Square} = 0,693$ menandakan bahwa 69,3% variasi Minat Beli dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut secara simultan, sementara 30,7% sisanya berasal dari faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, seperti promosi, pengalaman konsumen, kebutuhan, atau karakteristik individu. Adapun nilai $\text{Adjusted } R\text{ Square} = 0,687$, yang hampir identik dengan $R\text{ Square}$, menunjukkan bahwa model bersifat stabil dan tidak mengalami overfitting, sehingga variabel-variabel bebas yang

digunakan relevan secara statistik. Interpretasi ini sejalan dengan penjelasan metodologis yang disampaikan oleh Anasti dkk. (2022) yang menegaskan bahwa nilai R dan R Square merupakan indikator utama dalam menilai kekuatan hubungan serta kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	,693	,687	,13021

a. Predictors: (Constant), Sikap terhadap daya

beli_Transform2, Pengetahuan_Transform

b. Dependent Variable: Minat_Beli

F. Uji ANOVA

Hasil uji F pada tabel ANOVA menunjukkan nilai $F = 109,399$ dengan signifikansi 0,000, yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian terbukti signifikan secara statistik. Artinya, secara simultan variabel Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli memberikan kontribusi yang bermakna dalam menjelaskan variasi pada variabel Minat Beli. Dengan demikian, kedua variabel bebas tersebut bekerja bersama-sama memengaruhi perubahan minat beli, dan model regresi yang dibangun mampu menjelaskan perbedaan skor minat beli secara cukup kuat. Temuan ini juga menunjukkan bahwa variasi minat beli tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh perbedaan tingkat pengetahuan dan sikap daya beli responden dalam konteks penelitian yang dilakukan.

Tabel 5. Hasil Uji ANOVA

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,709	2	1,855	109,399	,000 ^b
Residual	1,644	97	,017		
Total	5,354	99			

a. Dependent Variable: Minat_Beli

b. Predictors: (Constant), Sikap terhadap daya beli, Pengetahuan

G. Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji t digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen setelah dilakukan transformasi data. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan

memiliki nilai $t = 14,192$ dengan nilai signifikansi 0,000, yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan memberikan pengaruh yang sangat signifikan dan positif terhadap Minat Beli. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pengetahuan responden, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memiliki minat dalam melakukan pembelian.

Sementara itu, variabel Sikap terhadap daya beli menunjukkan nilai $t = -5,952$ dengan signifikansi 0,000, yang juga lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menegaskan bahwa sikap terhadap daya beli memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, meskipun arah pengaruhnya negatif setelah transformasi data. Artinya, perubahan dalam sikap daya beli responden dalam konteks hasil transformasi berkaitan secara bermakna dengan penurunan atau peningkatan minat beli. Secara keseluruhan, kedua variabel independen terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap minat beli secara parsial dalam model regresi yang dianalisis.

Tabel 6. Hasil Uji t (Koefisien Regresi)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,619	,134		19,524	,000
Pengetahuan	,553	,039	1,044	14,192	,000
Sikap terhadap daya beli	-,195	,033	-,438	-5,952	,000

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli secara simultan maupun parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pegawai terhadap inovasi produk bawang merah. Pengetahuan muncul sebagai faktor dominan yang mendorong minat beli secara positif, sedangkan sikap daya beli, setelah transformasi data, menunjukkan pengaruh negatif yang berarti bahwa sikap tertentu responden terkait kemampuan beli dapat menekan minat beli. Model regresi yang digunakan juga telah memenuhi semua asumsi klasik (seperti normalitas, homoskedastisitas, dan multikolinearitas), sehingga dinyatakan layak dan andal untuk analisis. Temuan ini menegaskan perlunya strategi peningkatan sosialisasi, edukasi, dan penyediaan informasi yang sistematis tentang inovasi produk bawang merah guna meningkatkan minat beli pegawai, terutama dengan memperkuat pengetahuan dan menyikapi hambatan daya beli.



SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa Pengetahuan dan Sikap terhadap daya beli berperan signifikan baik secara simultan maupun parsial dalam memengaruhi Minat Beli pegawai terhadap inovasi produk bawang merah. Pengetahuan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat beli, sedangkan sikap terhadap daya beli menunjukkan kontribusi yang bermakna meskipun dengan arah pengaruh yang berbeda setelah transformasi data. Model regresi yang digunakan telah memenuhi seluruh asumsi klasik, sehingga temuan penelitian dinilai valid dan dapat diandalkan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes memperkuat strategi sosialisasi melalui peningkatan akses informasi, edukasi berbasis kebutuhan pegawai, serta penyediaan materi promosi yang lebih komprehensif mengenai manfaat dan nilai tambah inovasi produk bawang merah. Selain itu, diperlukan penguatan program pelatihan internal agar pegawai memiliki pemahaman yang lebih mendalam sehingga mampu menjadi agen perubahan dalam mendorong adopsi inovasi di masyarakat. Evaluasi berkala terhadap efektivitas sosialisasi juga penting dilakukan untuk memastikan bahwa pengetahuan, sikap, dan minat beli pegawai terus berkembang secara positif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasti, R., Anasta, L., Harnovinsah, & Oktris, L. (2022). *Sukses menyelesaikan skripsi dengan metode penelitian kuantitatif dan analisis data SPSS*. Salemba.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes. (2024). *Bawang Merah Trademark Kabupaten Brebes*. Diakses pada <https://brebeskab.bps.go.id/id/news/2024/07/15/686/bawang-merah-trademark-kabupaten-brebes-.html>
- Barella, Y., Fergina, A., & Mustami, M. K. (2025). Quantitative methods in scientific research. *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora*.
- Chen, Y.-S., Chang, C.-H., Li, H.-X., & Chen, Y.-R. (2020). The influence of green brand affect on green purchase intentions: The mediating effects of green brand associations and green brand attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 4089.
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif: Dilengkapi analisis regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. CV DOTPLUS Publisher.



- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2020). *A primer on multivariate statistics*. Pearson.
- Hakim, M. A. (2023). Uji validitas dan reliabilitas konstruk DASS-21 pada mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Psikologi Pengukuran*, 2(1), 12-25.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas-reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Bernoulli dan Slovin. *Jurnal Ilmiah Matematika dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73-84.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2024). *Outlook Bawang Merah 2023 (Publikasi/Statistik hortikultura)*. Diakses pada: https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Outlook_Bawang_Merah_2023.pdf
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset kuantitatif*. Deepublish.
- Septiani, J. S., Hakim, D. L., Rahmiati, F., Amin, G., & Mangkurat, R. S. B. (2024). The factors influence on consumers' purchase intention and purchase decisions of organic food in Indonesia. *Bioculture*, 3(1), 1-18.
- Sutarno. (2021). *Uji kuesioner penelitian manajemen sumber daya manusia (Aplikasi SPSS dan AMOS)*. Unisri Press.
- Veri, N., Saputri, A., & Dewi, M. (2023). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku wanita usia subur tentang kontrasepsi. *Majalah FK Universitas Brawijaya*, 59(3), 145-155.
- Widjaja. (2024). Factors influencing organic food purchase intentions: Mediating attitudes. *Ekonomi Bisnis*. [Jurnal](#) Ekonomi bisnis, 30 (1), 1-15.
- Widodo, S. (2023). *Buku ajar metode penelitian*. Binawan University Press.
- Yanti, R., David, W., & Ardiansyah. (2024). The consumer purchase motivation of organic food in online retail. *Asia Pacific Journal of Sustainable Agriculture, Food and Energy (APJSafe)*, 12 (1), 21-27.



LAMPIRAN

**Daftar Pertanyaan dan Pernyataan - Kuesioner Penelitian Inovasi Produk Bawang Merah**

Judul Penelitian: Kuesioner Penelitian - Inovasi Produk Bawang Merah (Oleh: Khoirul Umi Nur Fauziah) **Tujuan Penelitian:** Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap daya beli pada sosialisasi inovasi produk bawang merah terhadap minat beli pegawai Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes.

I. Pertanyaan Awal**1. Apakah anda sudah menonton video sosialisasi inovasi bawang merah?**

- Opsi: Sudah
- Opsi: Belum

II. Data Responden**2. Nama:****3. Jenis Kelamin**

- Opsi: Perempuan
- Opsi: Laki-Laki

4. Usia

- Opsi: <25 tahun
- Opsi: 25-35 tahun
- Opsi: 36-45 tahun
- Opsi: >45 tahun

5. Pendidikan Terakhir

- Opsi: SMA/SMK
- Opsi: D3
- Opsi: S1
- Opsi: S2
- Opsi: Lainnya:

III. Pernyataan Utama (Skala Likert)

Instruksi: Pilih salah satu dari opsi berikut: Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

1. Saya mengetahui adanya kegiatan sosialisasi mengenai inovasi produk bawang merah yang dilakukan oleh Dinas Pertanian Brebes.
2. Saya memahami tujuan pengembangan inovasi produk bawang merah, yaitu untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk lokal Brebes.



3. Saya mengetahui manfaat inovasi produk bawang merah bagi petani (peningkatan hasil panen) dan bagi konsumen (kualitas produk lebih baik).
4. Saya memahami perbedaan dan keunggulan produk inovasi bawang merah dibanding varietas konvensional.
5. Informasi yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi inovasi bawang merah mudah saya pahami dan aplikasikan.
6. Saya memiliki pandangan positif terhadap adanya inovasi produk bawang merah di Kabupaten Brebes.
7. Saya yakin inovasi produk bawang merah memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Brebes.
8. Saya merasa bangga dan mendukung inovasi bawang merah sebagai produk unggulan daerah Brebes.
9. Saya mendukung dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi inovasi produk bawang merah.
10. Saya tertarik untuk mencoba produk hasil inovasi tersebut.
11. Saya merasa harga produk inovasi bawang merah sesuai dengan kemampuan finansial saya.
12. Saya menilai harga produk inovasi bawang merah cukup terjangkau bagi masyarakat.
13. Saya bersedia membeli produk inovasi bawang merah jika tersedia di pasaran lokal.
14. Saya berniat membeli produk inovasi bawang merah untuk kebutuhan pribadi atau keluarga.
15. Saya berniat membeli kembali produk inovasi bawang merah apabila kualitasnya memuaskan.
16. Setelah mengikuti sosialisasi, saya semakin berniat membeli produk inovasi bawang merah.
17. Saya ingin mencari informasi tambahan tentang keunggulan dan cara mendapatkan produk inovasi bawang merah.
18. Saya tertarik mencoba produk inovasi bawang merah dalam waktu dekat untuk menilai kualitasnya.
19. Saya akan mempertimbangkan produk inovasi bawang merah sebagai pilihan utama saat membeli.
20. Saya ingin mendukung produk lokal Brebes dengan membeli inovasi bawang merah hasil pengembangan daerah.