

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA POT DI UD. ATHA FLORA KOTA
BATU**

Skripsi

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA 1**



Oleh :

MUHAMMAD IMAM

202069070046

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

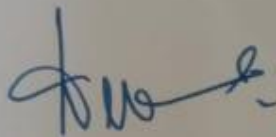
Judul : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot di UD. Atha flora kota batu
Disusun oleh : Muhammad imam
Nim : 202069070046
Program studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji
Pasuruan, 29 Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Kaprodi Agribisnis



Dr. Wenny Mamilianty., SP., MP
NIP. Y. 069 .02.02.013



Desy Cahyaning Utami, SP., MP
NIP.Y. 069.11.02.026

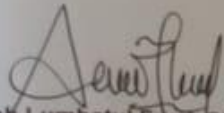
TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJLIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2024
Jam : 09.00 WIB
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA
POT DI UD. ATHA FLORA KOTA BATU

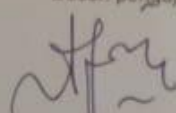
DINYATAKAN LULUS
MAJELIS PENGUJI

Dosen penguji I



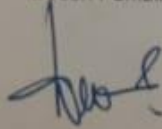
Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr
NIP. Y 0691109023

Dosen penguji II



Rr Sri Karuniari Nuswardhani, SP., M. MA
NIP. Y 0691408033

Dosen Pembimbing



Dr. Wenny Mamilianti, SP., MP
NIP. Y : 0690202013

Mengesahkan,

Kepala Program Studi Agribisnis



Desy Cahyaping Utami, SP., MP
NIP. Y 0691109026

Dekan Fakultas Pertanian



Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr
NIP. Y 0691109023

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD IMAM

NIM : 202069070046

Fakultas : Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA POT DI UD. ATHA FLORA KOTA BATU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 27 Juni 2024

A 10,000 Rupiah Indonesian stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "10000", "METERAI TEMPEL", and "ASALUS KEMENTERIAN KEHUTANAN".

MUHAMMAD IMAM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,Alhamdulillahirabbil'amin.

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, saya akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini saya dedikasikan secara khusus kepada: Mbah Kyai dan Mbah Nyai, serta seluruh keluarga besar Universitas Yudharta Pasuruan yang selalu mendoakan santrinya agar sukses dalam setiap langkah kehidupan. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang di setiap fase hidup saya, terima kasih atas doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan untuk mempermudah setiap pencapaian saya. Juga kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Pertanian, yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat. Terima kasih kepada teman-teman Fakultas Pertanian yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih atas segalanya.

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Pot di Atha Flora, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu." Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Jurusan Agribisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan, sehingga saran dan masukan sangat diharapkan demi penyempurnaannya. Selama proses penyusunan, penulis menghadapi berbagai kendala, namun semua itu berhasil diatasi berkat motivasi dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat KH. M. Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa yang menaungi Universitas Yudharta Pasuruan; Bapak Dr. H. Kholid Murtadlo, SE., ME. selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan; Ibu Idah Lumhatul Fu'ad, SP., M.Agr. selaku Dekan Fakultas Pertanian; Ibu Desy Cahyaning Utami, SP., MP. selaku Kaprodi Agribisnis; serta Dr. Wenny Mamilianty, SP., MP. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya, meluangkan waktunya, berbagi ilmu, dan memberikan motivasi yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada teman-teman seperjuangan yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini hingga selesai tepat waktu, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan selama proses ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan, dan semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah pengetahuan, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi para pembaca. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Pasuruan, 29 Juli 2024

MUHAMMAD IMAM

Daftar isi

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
Kata Pengantar.....	vi
Daftar isi	vi
Abstrak.....	8
BAB I. PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2 Manajemen pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.4 Perilaku konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kerangka pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Hipotesa.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Penentuan lokasi	Error! Bookmark not defined.
3.2 Penentuan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel.1 Skala likert.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
Tabel.2 Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Gambaran umum responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel.3 persebaran kuesioner	Error! Bookmark not defined.
5.2 Gambaran identitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel.4 karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.

5.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel.5	Regresi Logistik.....	Error! Bookmark not defined.
5.4	Uji kesesuaian model Regresi Logistik.....	Error! Bookmark not defined.
5.5	Ketepatan klasifikasi Regresi Logistik	Error! Bookmark not defined.
Tabel.6	Ketepatan klasifikasi regresi logistik	Error! Bookmark not defined.
BAB V.	KESIMPULAN.....	13
DAFTAR PUSTAKA	14
Lampiran 1.	Pernyataan Responden.....	Error! Bookmark not defined.

Abstrak

Muhammad Imam (2024), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Pot di UD Atha Flora Kota Batu" di bawah bimbingan Dr. Wenny Mamilianty, SP., MP., meneliti tentang bunga pot sebagai produk hortikultura. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik konsumen bunga pot di UD Atha Flora Kota Batu dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bunga pot di tempat tersebut.

Penelitian dilakukan di Desa Banaran, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, dengan pemilihan lokasi yang ditentukan secara purposive sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang telah setuju untuk berpartisipasi. Regresi logistik digunakan untuk menemukan hubungan antara variabel respon (Y) dengan variabel prediktor (X), yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa satu variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan beberapa variabel lainnya tidak berpengaruh. Model regresi yang digunakan terbukti sesuai, dengan akurasi mencapai 91%, menunjukkan bahwa model ini efektif dalam memprediksi kondisi yang terjadi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa regresi logistik adalah alat yang efektif dalam memprediksi perilaku konsumen terkait pembelian bunga pot di UD Atha Flora Kota Batu.

Kata kunci: *Regresi logistik, Bunga pot hortikultura*

Abstract

Muhammad Imam (2024), in his research entitled "Analysis of Factors Influencing Consumer Decisions in Purchasing Potted Flowers at UD Atha Flora Kota Batu" under the guidance of Dr. Wenny Mamilianty, SP., MP., researched potted flowers as a horticultural product. This study aims to describe the characteristics of potted flower consumers at UD Atha Flora Kota Batu and analyze the factors that affect consumers' decision to buy potted flowers in that place.

The research was conducted in Banaran Village, Bumiaji District, Batu City, with the selection of locations determined purposively in accordance with the research objectives. The sampling technique uses the purposive sampling method, with the number of respondents as many as 100 people who have agreed to participate. Logistic regression is used to find the relationship between the response variable (Y) and the predictor variable (X), which includes cultural, social, personal, and psychological factors.

The results of the analysis showed that one independent variable had a partially significant effect on consumer satisfaction, while several other variables had no effect. The regression model used proved to be appropriate, with an accuracy of 91%, indicating that this model was effective in predicting the conditions that occurred. This study concludes that logistic regression is an effective tool in predicting consumer behavior related to the purchase of potted flowers at UD Atha Flora Kota Batu.

Keywords: *Logistic regression, Horticultural potted flowers*

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan sumber daya alam yang beragam. Letak geografisnya yang berada di daerah tropis memberikan keuntungan besar terutama dalam sektor pertanian. Di Indonesia berbagai varietas tanaman dapat tumbuh mulai dari tanaman konsumsi hingga tanaman hias. Salah satu produk hortikultura yang menonjol adalah bunga pot yang memiliki daya tarik estetika tinggi dan menjadi pilihan populer untuk dekorasi ruangan dan taman. Pertumbuhan industri hortikultura khususnya di pasar bunga pot telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, dengan persaingan yang semakin ketat pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot menjadi sangat penting untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Studi-studi sebelumnya telah menyoroti sejumlah faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, baik dalam konteks produk hortikultura maupun produk lainnya. Faktor-faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis telah diidentifikasi sebagai variabel yang signifikan dalam memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Namun, dalam konteks pembelian bunga pot, terdapat kekhasan yang perlu dipertimbangkan. Bunga pot tidak hanya dipandang sebagai barang konsumsi biasa, tetapi juga sebagai bagian dari estetika ruang dan taman. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti desain atau estetika bunga pot dan kecocokan dengan kebutuhan dekoratif atau taman juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Dalam konteks ini, penelitian yang berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot menjadi sangat relevan dan penting. Dengan memahami preferensi, kebutuhan, dan motivasi konsumen secara mendalam, produsen dan penjual bunga pot dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif meningkatkan

kepuasan pelanggan, serta mengoptimalkan kinerja bisnis mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian bunga pot oleh konsumen, serta mengevaluasi hubungan antara faktor-faktor tersebut. Analisis mendalam terhadap dinamika pasar bunga pot akan memberikan wawasan berharga bagi para pelaku industri hortikultura dalam menghadapi tantangan dan peluang di pasar yang semakin kompleks.

Industri hortikultura merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di berbagai negara termasuk Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir pembelian bunga pot telah menjadi tren yang semakin populer di kalangan masyarakat. Bunga pot tidak hanya digunakan untuk memperindah rumah tetapi juga sebagai hadiah atau sebagai bagian dari dekorasi dalam acara-acara tertentu, seperti pernikahan, ulang tahun, dan lainnya. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap pembelian bunga pot, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot menjadi semakin penting bagi para pelaku usaha di industri ini.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen bunga pot di UD. Atha Flora kota batu?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot di UD. Atha Flora kota batu?

Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Mendiskripsikan karakteristik konsumen bunga pot di UD. Atha flora kota batu.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bunga pot di atha flora kota batu.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen dalam pembelian bunga pot.
- Membantu usaha dagang dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
- Mendorong pengembangan produk-produk bunga pot yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN

1. Mendeskripsikan karakteristik 100 responden berdasarkan usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Responden perempuan cenderung lebih menyukai tanaman hias dengan persentase 69%. Responden yang berusia 17-30 tahun mencakup 65% dari total responden, menunjukkan kebutuhan yang lebih tinggi untuk informasi dan dukungan terkait produktivitas. Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMP, dengan persentase mencapai 36%. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang pendapatan antara Rp 1.500.000 hingga Rp 3.000.000.
2. Analisis tersebut mengidentifikasi bahwa dari faktor-faktor yang diuji budaya, sosial, pribadi, dan psikologi hanya faktor budaya yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan konsumen membeli bunga pot atau bunga hias untuk acara-acara besar seperti pameran, pernikahan, Natal, dan sejenisnya

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, D. W. (2021). *Analisis Berbagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bunga Potong Mawar (Studi Kasus Di Pasar Bunga Kayoon (Pbk) Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).
- Aida, A., & Nuswardhani, S. K. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Tani Jahe di Desa Kunjorowesi. *Botani: Publikasi Ilmu Tanaman dan Agribisnis*, 1(3), 89-103.
- Alfiani, L. (2023). PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TANAMAN HIAS (STUDI KASUS DI ERISTA GARDEN, KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA). *Prospek Agribisnis*, 2.
- Ananda, R. F. (2022). Pengaruh Harga Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bunga Hias (Studi Kasus Konsumen Tanaman Bunga Hias Di Kawasan Taman Bunga Hias Dusun V Kecamatan Pagar Merbau). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2),
- Ataini, V.,. (2021). Pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bunga potong.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Djakarta, D. I. (2012). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Indonesia Seller Perusahaan E-Commerce eBay)*
- Hidayati, N. I., Umam, K., & Lidyana, N. (2022). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok pada anak usia jenjang remaja. *Agrotechbiz: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 9(1).
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99-107.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (1992). *Perilaku Konsumen*. PT Midas Surya Grafindo, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.

- Larasati, I., Setiadi, A., & Prasetyo, E. (2024). Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buket Bunga di Pasar Bunga Kalisari Semarang. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 1031-1038.
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Azizah, S. N., ... & Kharismasyah, A. Y. (2024). Manajemen Pemasaran.
- Napitu, R., (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2).
- Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11-15.
- Pratama, A. P. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Anggrek di "Sasa Orchid" Pasar Bunga Splendid Kota Malang.
- Rismansyah, R., (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Bibit Kelapa Sawit PT MAR Banyuasin. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 19(1), 102-116.
- Safitri, N., Firmansyah, H., & Ferrianta, Y. (2020). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Bunga Segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar. *Frontier Agribisnis*, 4(1).
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sumarwan, U., & Tjiptonon, F. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Pt Penerbit lpb Press.
- Tjiptono, F. (2016). Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian. *Jurnal Universitas Ellyani*.
- Wituhu, K., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh Penataan Ulang Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Bunga Kalisari Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 284-

291.

Wulandari, S. (2023). ANALISIS TEORI DASAR-DASAR PEMASARAN. *Jurnal PUSDANSI*, 2(2).

Zulkarnain, R., Machfudz, M., & Khoiriyah, N. (2021). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Angrek Di Dd Orchid Nursery Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(3).