FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA HIAS (STUDI KASUS VIVI FLOWER) DI DESA BULUCENRANA KECAMATAN PITU RIAWA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS IN BUYING DECISIONS FOR DECORATIVE FLOWERS (CASE STUDY VIVI FLOWER) IN BULUCENRANA VILLAGE, PITU RIAWA DISTRICT, SIDENRENG RAPPANG REGENCY

Saskia[1]; Irmayani; Nurhaedah
Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Parepre
@gmil.com
@gmail.com
@gmail.com

ABSTRACT

SASKIA. *Factors Influencing Consumers in Buying Decisions for Decorative Flowers (Case Study Vivi Flower) in Bulucenrana Village, Pitu Riawa District, Sidenreng Rappang Regency (guided by Irmayani and Nurhaedah).*

Bulucenrana Village is one of the villages in Pitu Riawa District, Sidenreng Rappang Regency, where most of the area is plantation areas, both long-term and medium-term crops. Vivi Flower is one of the decorative flower selling businesses in Bulucenrana Village. There are various kinds of decorative flowers that are sold at varying prices. There are several factors that influence consumers in purchasing decisions for decorative flowers, including psychological factors, price and location. The aims of this study were: 1) to find out what factors influence consumers in purchasing decorative flower decisions at Vivi Flower, Bulucenrana Village, Pitu Riawa District, Sidenreng Rappang Regency and 2) to find out what factors most dominantly influence consumers in purchasing decorative flower decisions at Vivi Flower Bulucenrana Village, Pitu Riawa District, Sidenreng Rappang Regency. This type of research is quantitative research. The research sample consisted of 38 respondents who were ornamental flower consumers who visited Vivi Flower. The instrument used in this study was a research questionnaire consisting of several questions regarding the variables studied. The data analysis technique used was descriptive statistical analysis and multiple regression analysis with the help of the SPSS 22 program. From the results of the study, it was obtained: 1) Factors that influence consumers in buying ornamental flowers at Vivi Flower, Bulucenrana Village, Pituriawa District, Sidenreng Rappang Regency are psychological factors and price factor and 2) The most dominant factor affecting consumers in purchasing decisions for decorative

flowers at Vivi Flower, Bulucenrana Village, Pituriawa District, Sidenreng Rappang Regency is the price factor based on a coefficient of determination of 75,2%.

Kata kunci: Consumer Factors, Purchase Decision, Ornamental Flowers

ABSTRAK

SASKIA. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Bunga Hias (Studi Kasus Vivi Flower) di Desa Bulucenrana Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidenreng Rappang*.

Desa Bulucenrana merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidenreng Rappang, dimana sebagian besar wilayahnya adalah area perkebunan baik tanaman jangka panjang ataupun jangka menengah. Vivi Flower adalah salah satu usaha penjualan bunga hias di Desa Bulucenrana. Ada berbagai macam bunga hias yang dijual dengan harga yang bervariasi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias diantara faktor psikologi, harga dan lokasi. Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang dan 2) untuk mengetahui Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Adapun sampel penelitian sebanyak 38 responden yang merupakan konsumen bunga hias yang bekunjung di Vivi Flower. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner penelitian yang terdiri dari beberapa pertanyaan mengenai variabel yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS 22. Dari hasil penelitian diperoleh: 1) Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang adalah faktor Psikologis dan faktor harga dan 2)Faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang adalah Faktor Harga berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 75,2%.

Kata kunci: ***Faktor Konsumen, Keputusan Pembelian, Bunga Hias***

PENDAHULUAN

Saat ini tanaman hias merupakan salah satu komoditas holtikultura yang cukup diminati oleh semua kalangan dan tanaman hias juga termasuk salah satu

komoditas holtikultura yang mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi. Tanaman hias merupakan tanaman yang bagus bila dijadikan dekorasi baik interior maupun exterior, tanaman hias juga beragam jenisnya mulai dari tanaman bunga hinggadengan jenis-jenis yang unik. Tanaman hias dikalangan masyarakat dalam pemanfaatannya tidak hanaya sebatas menambah nilai estetik atau atas dasar kesukaan saja namun telah dimanfatkan untuk acara keagamaan upacar adat, sebagai hadiah dan dapat juga sebagai karangan bunga (Rizky, 2022).

Bisnis atau usaha tanaman hias saat ini sedang berkembang sangat pesat, tanaman hias tidak hanya berperan namun juga memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan sektor pertanian, dan juga berperan bagi pembangunan sektor agrowisata. Perkembangan agrowisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai daya tarik objek wisata untuk menarik wisatawan dapat berkunjung. Diharapkan dengan berkembangnya usaha tanaman hias ini bisa memiliki prospek yang bagus kedepannya bagi masyarakat (Situmorang, 2014). Hal ini juga terjadi di Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang dimana ibu-ibu rumah tangga di desa Bulucenrana berpikir untuk mengembangkan usaha tanaman hias salah satunya usaha Vivi Flower. Vivi Flower merupakan usaha tanaman hias milik ibu Nanna yang telah berdiri sejak tahun 2019, ibu Nanna memperoleh bibit bunga hias dari luar Sulawesi tepatnya di jawa timur dimana biasanya dia mengambil bibit sejumlah 30.000 polybag dalam 3 kali pergiriman selama sebulan. Vivi Flower menjual beberapa jenis bunga puring mulai dari puring lokal sampai puring impor. Bunga puring diminati karena pembudidayaan yang cukup mudah dan harga yang terjangkau di bandingkan jenis bunga lainnya. Selain konsumen rumah tangga, terdapat juga pedagang pengecer yang berbelanja tanaman hias untuk tujuan komersial. Oleh karena itu Vivi Flower juga di kenal sebagai supplier tanaman hias bagi pedangan eceran di sekitar Kabupaten Sidrap.

Perkembangan bisnis tanaman hias yang penuh persaingan menuntut setiap pelaku usaha yang bergerak dalam usaha penjualan tanaman hias memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias. Untuk itu, produsen perlu melihat perilaku konsumen dalam pembelian, karena karakteristik tanaman hias yang diinginkan konsumen tidak

sepenuhnya sama dengan karakteristik tanaman yang dihasilkan oleh produsen. Hal ini juga berpengaruh pada produksi tanaman hias yang dihasilkan oleh produsen. Semakin besar animo masyarakat terhadap jenis tanaman tertentu, maka permintaan akan tanaman tersebut akan naik dan memicu produsen untuk meningkatkan produksi, begitu pula sebaliknya. (Noviana, 2014)

METODE PENELLITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu Penelitian ini di laksanakan pada bulan Januari sampai Februari tahun 2022 yang berlokasi di Vivi Flower tepatnya di Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang. Menurut Sugiyono (2016) menyebut sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang yang dimiliki oleh suatu populasi. Penelitian ini menggunakan teknik accidental yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebutalan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Adapun kriteria responden yang telah ditetapkan oleh peneliti berdasarkan usia yaitu 18 s/d. 55 tahun yang dianggap peneliti usia seperti itu lebih paham dan mengerti untuk dapat mengisi kuesioner penelitian, berkunjung di jam 10.00 pagi – 14.00 siang dikarenakan pada saat itu tempat penelitian ramai dikunjungi oleh responden dan dari penelitian yang diadakan, peneliti berhasil mengumpulkan 38 responden.

Jenis penelitian dan data yang disajikan diperoleh dari sumber-sumber data yang meliputi sumber data primer dan data sekunder:

1. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara dengan penggunaan kuesioner yang telah di siapkan sebelumnya dan dokumentasi.
2. Data sekunder di peroleh melalui melalui studi Pustaka yang dilakukan dengan cara membaca publikasi yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi adalah cara Teknik pengumpulan data dengan melakukan pegamatan secara langsung. Peneliti melakukan pengamatan lansung di tempat objek penelitian untuk diamati menggunakan pancaindra yang kemudian di kumpulkan dalam catatan atau rekaman.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data tanya jawab yang di lakukan secara lisan untuk memperoleh informasi. Bentuk informasi yang di peroleh di nyatakan dalam tulisan atau direkam secara audio.
3. Kuesioner atau angket adalah Teknik pegumpulan data dengan cara memberikan sederet pertanyaan untuk di jawab oleh responden.
4. Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data, dengan cara mencatat serta mengumpulkan data atau literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang di teliti.
5. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan megandalkan dokumen sebagai salah satu sumber data yang di gunakan untuk melengkapi penelitian. Dokumen yang digunakan berupa sumber tertulis gambar atau foto.

Untuk menjawab rumusan masalah digunakan teknik regresi linier berganda. Adapun rumus untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b3\ X3 + e$$

Keterangan :

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

a = kostanta

X1 = Faktor produk

X2 = Faktor harga

X3 = Faktor lokasi

b1-3 = koefesien regresi persial

e = Eror

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengertian analisis regresi linier berganda menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X1,X2,X3,. , Xn) dengan variabel dependen Y.

Analisis regresi berganda bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh harga, rasa dan pelayanan terhadap minat beli konsumen.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel (Santoso Slamet, 2013). Dengan ketentuan jika t hitung > t tabel dan nilai signifikan < 0,05 (α : 5%), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Mengadakan pengujian bahwa hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak maka digunakan rumus t hitung sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{s_b}$$

keterangan:

t : thitung

b : koefisien regresi

Sb: Standar Error dari Variabel Independen

Jika :

thitung< t tabel, maka Ho ditolak

thitung> t tabel, maka Ho diterima

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran keterwakilan variabel terikat oleh variabel bebas atau sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat (Suharjo, 2008:79). Uji ini bertujuan menentukan proporsi atau presentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower. Berikut hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 1:

Tabel 1, Hasil Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	2,356		
Faktor Psikologis (X_1)	0,315	3,742	0,001
Faktor Harga (X_2)	0,447	7,084	0,000
Faktor Lokasi (X_3)	0,061	0,523	0,604

Sumber :Data primer yang diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil output SPSS 2022, diperoleh persamaan regresinya: **Y =**

$$\mathbf{2{,}356 + 0{,}315X_1 + 0{,}447X_2 + 0{,}061X_3 \times e}$$

Bilangan konstanta diperoleh 2,356 (positif) artinya jika variabel faktor psikologis (X_1), faktor harga (X_2) dan faktor lokasi (X_3) dianggap konstan maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 2,356.

Nilai koefisien variabel faktor psikologis (X_1) sebesar 0,315 artinya jika faktor psikologis (X_1) meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,315 dengan asumsi variabel lain tetap.

Nilai koefisien variabel faktor harga (X_2) sebesar 0,447 artinya jika faktor harga (X_2) meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,447 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien variabel faktor lokasi (X_3) sebesar 0,061 artinya jika faktor lokasi (X_3) meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,061 dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Hasil Uji Parsial t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variable Y, dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower. Dengan menggunakan hipotesis:

H_o : Tidak Berpengaruh

H_1 : Berpengaruh

Jika nilai t hitung < t Tabel atau nilai sig > 0,05, artinya H_o diterima.

Jika nilai t hitung > t tabel atau nilai sig. < 0,05, artinya H_o ditolak.

Dengan jumlah sampel N = 38, maka nilai t tabel adalah df = N – 1= 38 – 1 = 37, nilai t tabelnya adalah 1,6879.

Table 2. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.356	1.511		1.559	.128
	Total X1	.315	.084	.347	3.742	.001
	Total X2	.447	.063	.645	7.084	.000
	Total X3	.061	.117	.038	.523	.604

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber :Data primer yang diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan Tabel 6.12 tampak bahwa:

a. Variabel Faktor Psikologis (X_1) memiliki nilai t hitung > t tabel (3,742 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,001 < 0,05). Artinya H_o ditolak. Dengan demikian faktor psikologis (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ketut Indah pertiwi (2015) yang berjudul " Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, dan Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kebaya border pada Jegeg Ayu

Boutique di Kuta" .Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor psikologi dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,013 < 0,05 maka H0 ditolak, ini berarti bahwa faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Variabel Faktor Harga (X_2) memiliki nilai t hitung > t tabel (7,084 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). Artinya H_o ditolak. Dengan demikian faktor Harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Irana Dewi Lubis (2017) yang berjudul " Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan" Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dari hasil Uji t faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Variabel Faktor Lokasi (X_3) memiliki nilai t hitung > t tabel (7,084 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05)Artinya H_o diterima. Dengan demikian Faktor Lokasi (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower.

Dengan demikian, faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower adalah faktor psikologis dan faktor harga. Sedangkan faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan Pembelian bunga hias di Vivi Flower. Karena ada dua faktor yang berpengaruh yaitu faktor psikologis (X_1) dan faktor harga (X_2), maka untuk mengetahui faktor yang mana yang paling dominan dapat diketahui melalui besarnya nilai *R square* berdasarkan hasil output SPSS uji koefisien determinasi yang diperoleh. Berikut hasil uji koefisien determinasi disajikan pada Tabel 3:

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Nilai *R square*	Persentase (%)
Faktor Psikologis (X_1)	0,580	58,0%
Faktor Harga (X_2)	0,752	75,2%

Sumber :Data primer yang diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan Tabel 6,14, tampak bahwa besarnya pengaruh faktor psikologis (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) bunga hias di Vivi Flower adalah 58,0%. Sedangkan besarnya pengaruh faktor harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) bunga hias di Vivi Flower adalah 75,2%. Dengan demikian, faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower adalah faktor harga.

Hal ini disebabkan oleh konsumen bunga hias di Vivi Flower lebih mempertimbangkan harga dari bunga-bunga hias yang akan dibelinya. Daya beli konsumen juga didukung dengan keuangan yang dimiliki, mengingat sebagian besar konsumen bunga hias di Vivi Flower hanya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga. Seperti yang diketahui bersama, Wanita yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga hanya mengandalkan penghasilan dari Suaminya, sehingga untuk membeli bunga hias yang mahal butuh pertimbangan. Selain itu, harga bunga hias yang ditawarkan di Vivi Flower murah dan terjangkau. Maka dari itu, faktor harga yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower.

Berdasarkan hasil output SPSS 22, faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower adalah faktor psikologis dan faktor harga. Hal ini berdasarkan dengan nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel, dimana Variabel Faktor Psikologis (X_1) memiliki nilai t hitung > t tabel (3,742 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,001 < 0,05) dan Variabel Faktor Harga (X_2) memiliki nilai t hitung > t table (7,084 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). Sedangkan faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower. Karena nilai t hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t tabel, Variabel Faktor Lokasi (X_3) memiliki nilai t hitung < t tabel (0,523 < 1,6879) atau nilai sig. > 0,05 (0,604 > 0,05). Alasan konsumen bunga hias lebih mempertimbangkan faktor psikologis dan

harga dalam membeli bunga hias di Vivi Flower adalah harga bunga hias yang ditawarkan di Vivi Flower lebih murah dibandingkan di toko lainnya serta terjangkau dengan daya beli konsumen yang sebagian besar hanya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga.

Hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yatiman (2018) yang berjudul "Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Anggrek (*Orchidaceae*) di Tempat Usaha Yusra dan Windha-Wan Florist". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel faktor harga sebesar 0,004 lebih kecil dari nilai kriteria signifikansi, begitupula pada variable psikologi nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak yang artinya Ada pengaruh bauran pemasaran pada faktor psikologis dan faktor harga dalam keputusan pembelian anggrek di lokasi penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor yang dominan yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower adalah faktor psikologis dan faktor harga. Sedangkan faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bunga hias di Vivi Flower.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan:

1. Melihat nilai signifikansinya, variable psikologis memiliki nilai t hitung > t tabel (3,742 > 1,6879) atau nilai sign. < 0,05 (0,001 < 0,05), analisis variable memiliki nilai t hitung > t tabel (7,084 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05), dan analisis variable lokasi memiliki nilai t hitung > t tabel (7,084 > 1,6879) atau nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variable psikologi dan harga berpegaruh positif.
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian bunga hias di Vivi Flower Desa Bulucenrana Kecamatan

Pituriawa Kabupaten Sidenreng Rappang adalah Faktor Harga berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 75,2%.

Saran

Adapun saran-saran yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya adalah:

1. Bunga hias adalah tanaman yang diminati oleh sebagian besar ibu-ibu yang memiliki harga yang bervariasi tergantung dari jenis bunganya, maka dari itu toko bunga hias sebaiknya menawarkan harga yang terjangkau sesuai daya beli konsumen. Bagi pengusaha bunga hias harus memanfaatkan kegemaran ibu-ibu memelihara bunga hias dengan meningkatkan promosi produknya, sehingga konsumen bunga hias dapat mengetahui berbagai je produk-produk yang dijual dan dapat berdampak juga pada peningkatan

REFERENSI

Alfiani, L., Wahyuningsih, S., & Fachriyan, H. A. (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., & Tumanggor, M. B. (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*, 109-21.

Amanah, D. (2010). "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan". Jurnal keuangan & bisnis, 2(1), 71-87.

Arikunto, S. (2021). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3. Bumi Aksara.

Arikunto, Suharsimi (2010). "Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta

Augusty, Ferdinand. (2006). "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen". Semarang: Universitas Diponegoro.

Badan Pusat Statistik. (2017). "Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2017". Badan Pusat Statistik. Medan.

Donni Juni Priansa. (2016). "Perilaku Konsumen Dalam Persangan Bisnis Kontemporer". Bandung.

Khasana, Dea. (2015). "Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek pelangi kemasan 600ML di Semarang". Semarang

Kotler, P. dan Amstrong, G. (2016). "Dasar-dasar Pemasaran". Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "Marketing Management". France: Edition Pearson Education.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba

Noviana, A., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). "Perilaku Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur". Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 2(1), 77-85.

Pardede. R.H. (2016). "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Liar Sipirok". Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.

Riyanto, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya) (Doctoral dissertation, kodeuniversitas041060# Universitas Buddhi Dharma).

Santoso slamet (2013). "menguji tingkat signifikan dari pengaruh variable independent secara parsial terhadap variable dependen". PT Grameddia Pustaka Umum.

Simarmata, H., Revida, E., Sari, I., Simatupang, S., Sudarso, A., & Faisal, M. Et Al. (2021). "Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas". Medan: Yayasan Kita Menulis

Situmorang, S. (2014). "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur". Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Lampung. 2 (1): 3-6

Sugiyono. (2016). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet". Bandung

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryadi. (2020). "Keanekaragaman Tanaman Hias Pekaragan Rumah Di Perumahan Kelurahan 15 Ulu Jakabaring Kecamatan Seberang Ulu I Palembang". Universitas Muhammadiya Palembang.

Widyastuti, T. (2018). "Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis". Cv Mine. Yogyakarta

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4).

Zulkarnain. (2009). "Dasar-dasar Horikultura". Jakarta: Bumi Aksara.