



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA ANGGREK DI “SASA
ORCHID” PASAR BUNGA SPLENDID KOTA MALANG**

SKRIPSI

OLEH :

ADI PUTRA PRATAMA

NPM. 21701032058



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2022

Abstract

One type of ornamental plant that has a high demand is orchids. Demand for orchids can fluctuate. Consumer decisions in purchasing orchids cannot be separated from the role of consumers in assessing and identifying the product so that later they will decide to make a purchase decision or not. Different consumer decisions make entrepreneurs to be able to find out what are the factors that influence consumer decisions in purchasing. The aims of this research are (1) to identify the characteristics of Sasa Orchid Splendid consumers in Malang, (2). Analyzing the factors that influence consumer decisions in purchasing orchids at Sasa Orchid Splendid Malang City. This research was conducted in "Sasa Orchid" Splendid Flower Market, Malang City. The selection of this location was done purposively, which is based on considerations based on the suitability of the characteristics and objectives of the study. Respondents were taken from consumers in "Sasa Orchid" as many as 30 people, using the Accidental Sampling technique, which is a random sampling at the research site (Notoatmojo, 2010) so that 30 respondents were obtained. The data collected is primary and secondary data. The data collection method used primary data and secondary data, while the data analysis used was statistical analysis (logit model regression). Based on the results of this study indicate that significantly the factors that influence consumer decisions in buying orchids are income, price, and quality variables, while the variables that have no effect are education, motivation, perception, and service variables. For suggestions, it is necessary to do further research on the possibility of other factors that can influence consumer decisions in buying orchids. For respondents in further research, it is hoped that more will get more accurate and maximum data results. Orchid consumers should pay more attention to service when buying orchids. The results of this study are expected to help producers to better understand consumer decisions in buying a product.

Keywords : *Consumer Characteristics, Consumer Decisions, Logit Model Regression Analysis.*

Abstrak

Salah satu jenis tanaman hias yang memiliki permintaan tinggi adalah bunga anggrek. Permintaan terhadap bunga anggrek dapat berfluktuasi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bunga anggrek tidak terlepas dari peranan konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut sehingga nantinya akan memutuskan melakukan keputusan pembelian atau tidak. Keputusan konsumen yang berbeda-beda membuat pengusaha untuk dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen Sasa Orchid Splendid Kota Malang, (2). Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bunga anggrek di Sasa Orchid Splendid Kota Malang. Penelitian ini dilaksanakan di "Sasa Orchid" Pasar Bunga Splendid Kota Malang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu didasarkan atas pertimbangan berdasarkan kesesuaian karakteristik dan tujuan penelitian. Responden di ambil dari konsumen di "Sasa Orchid" sebanyak 30 orang, dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu merupakan pengambilan sampel secara kebetulan ada di tempat penelitian (Notoatmojo, 2010) sehingga didapatkan 30 responden. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data skunder, sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis statistika (regresi model logit). Berdasarkan hasil

dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bunga anggrek adalah variabel pendapatan, harga, dan kualitas, sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah variabel pendidikan, motivasi, persepsi, dan pelayanan. Untuk saran perlu dilakukan adanya penelitian lebih lanjut terhadap kemungkinan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bunga anggrek. Untuk responden dalam penelitian selanjutnya diharapkan lebih banyak lagi agar mendapatkan hasil data yang lebih akurat dan maksimal. Bagi konsumen bunga anggrek agar lebih memperhatikan pelayanan pada saat akan membeli bunga anggrek. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat membantu produsen untuk lebih memahami keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Kata Kunci : Karakteristik Konsumen, Keputusan Konsumen, Analisis Regresi Model Logit.



BAB

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sumber daya alam yang beranekaragam. Letak geografis yang berada didaerah tropis menjadikan Indonesia sangat diuntungkan khususnya pada sektor pertanian. Karena di Indonesia dapat tumbuh berbagai macam varietas tanaman baik tanaman konsumtif sampai dengan tanaman hias.

Tanaman hias adalah semua tanaman yang di tanam untuk keindahan sehingga jenisnya beraneka ragam. Tanaman hias umumnya sengaja ditanam dengan tujuan untuk memberikan kesan indah baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Tanaman hias tidak hanya memberikan unsur keindahan saja namun juga memberikan berbagai manfaat bagi kehidupan. Salah satu tanaman hias yang banyak di budidayakan di indonesia adalah tanaman anggrek.

Tanaman anggrek merupakan tanaman hias yang mempunyai 25.000 – 30.000 spesies di dunia (Kasutjaningati dan Irawan, 2013). Tanaman anggrek telah menjadi tanaman industri bernilai tinggi di beberapa negara seperti Thailand, Australia, Singapura, Malaysia dan Indonesia. Menurut (Yusnida et al. 2006) tanaman anggrek memiliki nilai ekonomis lebih tinggi jika dibandingkan dengan tanaman hias yang lain, baik sebagai bunga potong maupun bunga pot. Keindahan dan kecantikan bunga anggrek membuat tanaman ini disebut "Queen of Flower" (Kasutjaningati dan Irawan, 2013).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Dirjen Hortikultura, pada tahun 2016 hingga 2018 produksi anggrek terus meningkat. Pada tahun 2016

jumlah produksi anggrek di Indonesia sebanyak 19,9 juta tangkai dan meningkat di tahun 2017 sebanyak 20 juta tangkai. Pada tahun 2018 terus meningkat menjadi 24,7 juta tangkai. Beberapa provinsi di Indonesia dengan jumlah produksi anggrek tertinggi pada tahun 2018 di antaranya Jawa Barat, Banten, dan Jawa Timur. Provinsi Jawa Barat mencatat produksi anggrek sebanyak 8,1 juta tangkai, Banten sebanyak 7 juta tangkai, dan Jawa Timur sebanyak 5,6 juta tangkai.

Produktifitas tanaman anggrek yang tinggi didukung permintaan pasar yang tinggi, oleh karena itu berwirausaha tanaman anggrek sangat menguntungkan. Konsumen tanaman anggrek dari beragam latar belakang gender, usia, pendidikan, dan ekonomi rela merogoh gocek yang cukup tinggi untuk memenuhi kebutuhan batin atau sosialnya.

Didukung juga warna yang beragam, bentuk yang menarik, tahan lama, perawatan tanaman anggrek yang mudah, selain cocok digunakan sebagai dekorasi untuk memperindah ruangan tanaman anggrek umumnya ditaruh di teras-teras rumah untuk mempercantik rumah menjadikan tanaman anggrek banyak diminati.

Pada saat masa pandemi seperti sekarang ini berakibat menurunnya pasokan bunga Anggrek dari pemasok yang ada di kota Batu. Pasokan bunga Anggrek sebelum pandemi datang dua kali dalam satu minggu, kalau sekarang pada saat pandemi seperti ini pasokan bunga Anggrek datang satu kali dalam satu minggu itu-pun juga kadang telat. Karena kurangnya pasokan bunga Anggrek yang didapat mengakibatkan kenaikan harga bunga Anggrek yang cukup tinggi. Seperti Anggrek Bulan Lokal yang biasanya satu tangkainya Rp. 100.000

sekarang bisa mencapai Rp. 140.000. Sedangkan untuk Anggrek Bulan Taiwan yang Rp. 120.000 sekarang bisa mencapai Rp. 160.000. Pada hari-hari biasa jumlah bunga Anggrek yang terjual perharinya sekitar 4-5 bunga, dan waktu hari libur bisa mencapai lebih dari itu.

Sejalan dengan hal yang dikemukakan diatas yang menjadi ketertarikan melakukan penelitian adalah berkurangnya pasokan bunga Anggrek dari pemasok akibat pandemi mengakibatkan meningkatnya harga bunga Anggrek yang berakibat penurunan omset penjualan. Tetapi meskipun ada peningkatan harga bunga Anggrek, tak sedikit konsumen berani merogoh gocek cukup tinggi untuk memuaskan kebutuhannya, bunga Anggrek tidak pernah menyebabkan orang bosan melihatnya. Bunga Anggrek memiliki posisi tersendiri diantara pecinta bunga. Bunga Anggrek dari Indonesia beraneka ragam coraknya, setiap daerah di Indonesia memiliki bunga Anggrek yang memiliki corak yang berbeda. Setiap tahun muncul corak-corak yang baru akibat persilangan bunga Anggrek dengan jenis-jenis Anggrek yang lain.

Usaha penjualan bunga Anggrek yang dilakukan “Sasa Orchid” merupakan usaha yang dibangun dari hobi, kesempatan, dan kecintaan pada bunga Anggrek yang memiliki nilai jual yang tinggi. Sasa orchid bertempat di Pasar Bunga Splendid Kota Malang didirikan sekitar tahun 2017 tepatnya sekitar 4 tahun yang lalu. Selain menjual bunga Anggrek Sasa Orchid juga menjual perlengkapan penunjang bunga Anggrek, seperti pupuk Anggrek, media tanam dari serabut kelapa, dan juga pakis.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu

dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk antara lain: pendapatan, pendidikan terakhir, motivasi, persepsi, harga produk, kualitas produk, dan pelayanan

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bunga angrek tidak terlepas dari peranan konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut sehingga nantinya akan memutuskan melakukan keputusan pembelian atau tidak. Keputusan konsumen yang berbeda-beda membuat pengusaha untuk dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian. Berdasarkan uraian yang ada diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian bunga angrek.

1.2 Rumusan Masalah

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga angrek di Sasa Orchid Splendid Kota Malang.

1.3 Tujuan Penelitian

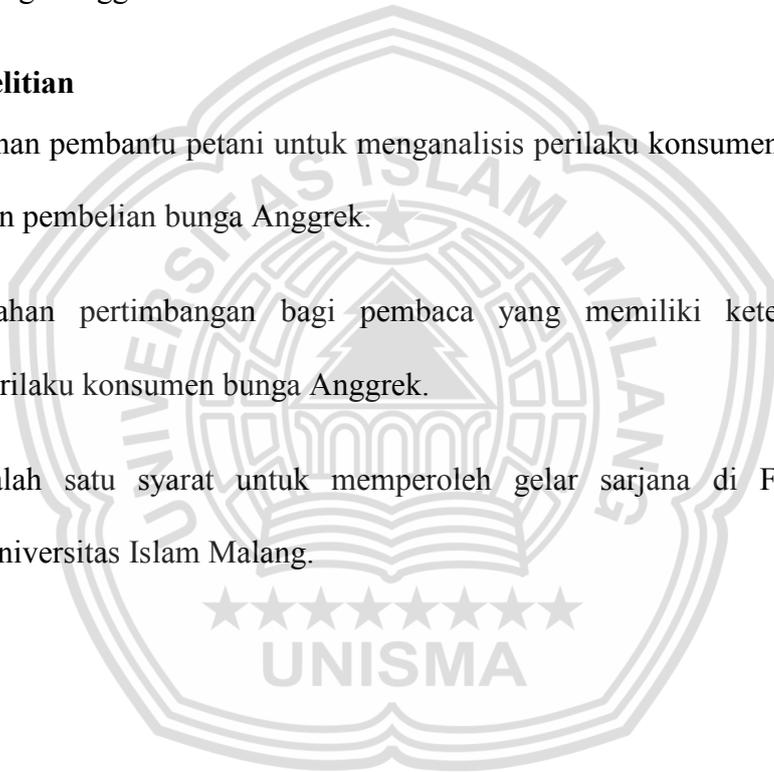
1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen Sasa Orchid Splendid Kota Malang.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bunga angrek di Sasa Orchid Splendid Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

1. Objek penelitian ini dilakukan pada orang yang pernah berinteraksi dengan Sasa Orchid.
2. Penelitian dilakukan dengan mewancarai responden bunga Anggrek di Sasa Orchid Pasar Bunga Splendid.
3. Kategori yang diteliti adalah faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli bunga Anggrek di Sasa Orchid.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan pembantu petani untuk menganalisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian bunga Anggrek.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca yang memiliki keterkaitan terhadap perilaku konsumen bunga Anggrek.
3. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.



BAB

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bunga anggrek dapat ditarik kesimpulan antara lain :

Karakteristik konsumen “SASA ORCHID” dari 30 responden kebanyakan perempuan sebanyak 73% dan laki-laki sebanyak 27%. Dengan mayoritas konsumen memiliki rasio umur diatas 45 tahun dengan presentase 63,3%. Berdasarkan pendidikan konsumen Sasa orchid kebanyakan berpendidikan perguruan tinggi dengan presentase 67%. Berdasarkan pekerjaan kebanyakan konsumen Sasa Orchid bekerja sebagai PNS dengan presentase 30%. Dan berdasarkan pendapatan konsumen Sasa Orchid lebih banyak berstatus ekonomi menengah ke atas dengan presentase 40%.

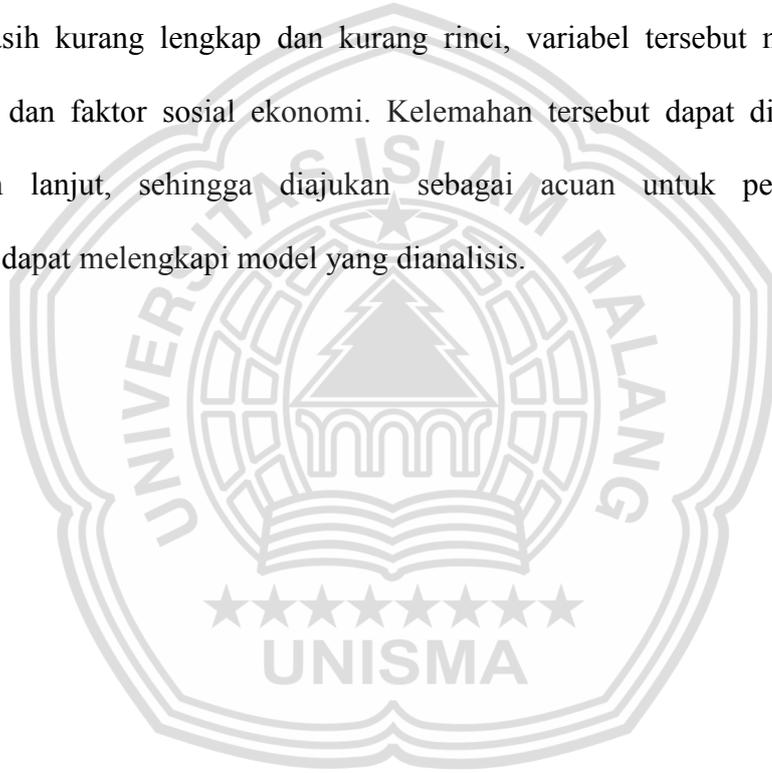
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga anggrek di “SASA ORCHID” pasar bunga Splendid kota Malang adalah pendapatan, harga, dan kualitas. Sedangkan pendidikan, motivasi, persepsi, dan pelayanan tidak berpengaruh atau tidak signifikan dalam keputusan pembelian konsumen bunga anggrek “SASA ORCHID”.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perlu dilakukan adanya penelitian lebih lanjut terhadap kemungkinan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bunga anggrek.

2. Untuk responden dalam penelitian selanjutnya diharapkan lebih banyak lagi agar mendapatkan hasil data yang lebih akurat dan maksimal. Bagi konsumen bunga anggrek agar lebih memperhatikan pelayanan pada saat akan membeli bunga anggrek.
3. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat membantu produsen untuk lebih memahami keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.
4. Bagi peneliti, penelitian ini terdapat kelemahannya antara lain variabel-variabel yang diteliti masih kurang lengkap dan kurang rinci, variabel tersebut meliputi faktor eksternal dan faktor sosial ekonomi. Kelemahan tersebut dapat dijadikan penelitian lebih lanjut, sehingga diajukan sebagai acuan untuk penelitian kedepannya dan dapat melengkapi model yang dianalisis.



DAFTAR PUSTAKA

- Harsono, T. M. (n.d.). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian konsumen terhadap anggrek*. Bogor Agricultural University (IPB).
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2000). *Applied logistic regression*. Wiley New York.
- Jannah, N., Antara, M., & Effendy, E. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Impor Di Kota Palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 25(2), 121–129.
- Kasutjaningati dan Irawan, R. 2013. Media alternative perbanyak in-vitro anggrek bulan (*Phalaenopsis amabilis*). *Jurnal agroteknos*. 184-189(3).
- Kotler dan Armstrong, Yudhi. 2008, “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Juni
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 1996. *Principle of Marketing*, Ninth Edition. prentice hall inc. Upper saddle river: New jersey
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Mustafid, A. G. (2008). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang Kenali Pada Pd Asa Wira Perkasa Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu perilaku kesehatan*.
- Nuryuliani, H., Kassa, S., & Howara, D. (n.d.). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin Di Kota Palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 20(2), 124–130.
- Prasetyo, Cahyo H. 2009. Teknik Kultur Jaringan Anggrek *Dendrobium Sp.* di Pembudidayaan Anggrek Widorokandang Yogyakarta. Skripsi. Surakarta : Fakultas Pertanian UNS.
- Rangkuti, K. (2018). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan. *Biolink (Jurnal Biologi Lingkungan Industri Kesehatan)*, 4(2), 129–137.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sebti Atul Awaliyah dan Saino., 2017., Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Online (Studi pada DKPOP Shop), *e-Proceeding of Management*, Vol. 4, No.3, Hal. 187.
- Sigit, Soehardi, 2002, *Pemasaran Praktis*, edisi ketiga, Yogyakarta, BPFE, Yogyakarta.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1)*. Hlm. 2.
- Sugiarto. (2003). *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyawati, E. 2004. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk patung kayu pada toko kerajinan di Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali. Kumpulan artikel Seminar

- Hasil Penelitian. Bidang kajian Perilaku Konsumen. Program Magister Manajemen Universitas Brawijaya Malang. Hal. 67-84.
- Tatik Suryani, Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 118.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. "Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan." *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* 103 (2019)
- Widiarsih, S., & Dwimahyani, I. (2010). *Pengaruh Dosis Iradiasi Sinar Gamma Terhadap Laju Ertumbuhan Anggrek Bulan (Phalaenopsis Amabilis (L.) Bl.) Pada Fase Aklimatisasi Dan Vegetatif Awal*.
- Yusnida. B 2006. Pengaruh Pemberian Giberlin (GA3) dan Air Kelapa Terhadap Perkecambahan Bahan Biji Anggrek Bulan (*Phalaenopsis amabilis bl*) secara *In Vitro*. *Jurnal Hayatai* 2 (2): 41-46

