

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN
TANAMAN HIAS DI ATHA FLORA KOTA BATU**

SKRIPSI

Oleh:

MOHAMMAD RIZQI AZIZ

219.01.0.32.102



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2025**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN
TANAMAN HIAS DI ATHA FLORA KOTA BATU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Jurusan Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Islam Malang

Oleh:

MOHAMMAD RIZQI AZIZ

219.01.0.32.102



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2025**

Abstrak

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tanaman Hias di Atha Flora Kota Batu

komoditas hortikultura yang dibudidayakan untuk dinikmati keindahannya. Keunggulan tanaman hias adalah dapat meningkatkan prospek lapangan kerja dan menjadi sumber pendapatan bagi petani dan pedagang tanaman hias. Salah satu perusahaan produsen tanaman hias di Jawa Timur adalah Atha Flora Batu. Atha Flora Batu merupakan produsen tanaman hias yang berada di Bumiaji Kota Batu. Diketahui terjadi penurunan produksi yang juga mencerminkan penurunan permintaan pasar akan tanaman hias. Penurunan drastis bahkan terjadi hanya dalam kurun waktu satu tahun. Banyaknya permintaan pada tahun 2020 terjadi akibat adanya wabah Pandemi Covid-19 yang menciptakan gaya hidup baru bagi masyarakat Indonesia untuk gemar memelihara tanaman hias. Pemasaran yang dilakukan oleh Atha Flora pun meningkat tinggi hingga pengiriman tanaman hias dalam jumlah besar ke luar provinsi. Manager umum Atha Flora Batu 2 menyatakan bahwa hingga pada pertengahan tahun 2023 penjualan yang terjadi hanya menghasilkan penerimaan sebesar Rp2.000.000/hari saja padahal pada tahun 2020 penjualan dapat menghasilkan hingga Rp50.000.000/hari. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu, 2) Untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman di Atha Flora Kota Batu.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024 di Atha Flora yang beralamatkan Jalan Anggrek Desa Banaran Bumiaji dengan pertimbangan bahwa pada Atha Flora tersebut memiliki jumlah jenis tanaman buang yang rata-rata paling banyak di daerah Desa Banaran Bumiaji dibandingkan dengan yang ada di lainnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Responden yang digunakan adalah sejumlah 85 responden yang merupakan konsumen tanaman hias. Metode analisis data yang digunakan adalah metode SEM dengan SmartPLS.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah harga dan kualitas pelayanan sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah kualitas produk. Faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan penjabaran penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang disarankan meliputi: 1) Pada lokasi penelitian untuk meningkatkan kualitas produk tanaman hias yang diproduksi sehingga kualitas produk dapat ditingkatkan dan konsumen dapat lebih tertarik untuk melakukan pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu, 2) Atha Flora Batu mempertahankan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian tanaman hias yakni harga dan kualitas pelayanan yang dinilai oleh responden sudah baik, 3) Melakukan kerjasama dengan instansi terkait untuk pembinaan produksi tanaman hias maupun pemasaran tanaman hias, 4) Bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan pengembangan variabel seperti menambahkan variabel gaya hidup, pendapatan dan motivasi.

Abstrack

Factors Influencing Consumer Satisfaction in Purchasing Ornamental Plants at Atha Flora, Batu City.

Ornamental plants are horticultural commodities that are cultivated for their beauty. The advantage of ornamental plants is that they can increase employment prospects and become a source of income for farmers and ornamental plant traders. One of the ornamental plant producing companies in East Java is Atha Flora Batu. Atha Flora Batu is an ornamental plant producer located in Bumiaji, Batu City. It is known that there has been a decline in production which also reflects a decline in market demand for ornamental plants. The drastic decline even occurred in just one year. The high demand in 2020 occurred due to the Covid-19 Pandemic outbreak which created a new lifestyle for Indonesian people to enjoy keeping ornamental plants. Marketing carried out by Atha Flora also increased sharply to the point of sending ornamental plants in large quantities outside the province. The general manager of Atha Flora Batu 2 stated that until mid-2023, sales that occurred only generated revenue of IDR 2,000,000/day, whereas in 2020 sales could generate up to IDR 50,000,000/day. The objectives of this study are: 1) To determine the factors that influence consumer satisfaction in purchasing ornamental plants at Atha Flora Batu, 2) To determine the dominant factors that influence consumer satisfaction in purchasing plants at Atha Flora Batu City.

This study was conducted in January 2024 at Atha Flora located at Jalan Anggrek, Banaran Bumiaji Village, considering that Atha Flora has the highest number of types of ornamental plants in the Banaran Bumiaji Village area compared to others. The sampling technique used in this study was accidental sampling. The respondents used were 85 respondents who were consumers of ornamental plants. The data analysis method used was the SEM method with SmartPLS.

Based on the results of the research analysis conducted, the factors that influence consumer satisfaction in purchasing ornamental plants at Atha Flora Batu are price and service quality, while the factors that do not influence consumer satisfaction in purchasing ornamental plants at Atha Flora Batu are product quality. The dominant factor that influences consumer satisfaction in purchasing ornamental plants at Atha Flora Batu is service quality. Based on the description of the research, there are several recommendations that are suggested, including: 1) At the research location to improve the quality of ornamental plant products produced so that product quality can be improved and consumers can be more interested in purchasing ornamental plants at Atha Flora Batu, 2) Atha Flora Batu maintains the factors that influence consumer satisfaction in purchasing ornamental plants, namely price and service quality which are considered good by respondents, 3) Cooperate with related agencies for the development of ornamental plant production and marketing of ornamental plants, 4) For further researchers to conduct research with variable development such as adding lifestyle, income and motivation variables.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang memiliki peran cukup penting untuk meningkatkan perkembangan perekonomian (Rumengan, 2016). Ada sekitar kurang lebih 40% dari penduduk Indonesia memiliki mata pencaharian sebagai petani (Ayun dkk, 2020). Angka tersebut mengindikasikan pentingnya peran sektor pertanian bagi perekonomian Indonesia. Tanaman pangan, hortikultura, perikanan dan kehutanan merupakan bagian dari sektor pertanian yang mampu menopang perekonomian masyarakat Indonesia. Subsektor tanaman hortikultura meliputi sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias (florikultura), dan obat-obatan. Akan tetapi dari sekian banyaknya komoditas hortikultura yang mempunyai peluang besar untuk mendapatkan keuntungan dalam bisnis serta menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah tanaman hias (Putra dkk, 2021).

Tanaman hias adalah komoditas hortikultura yang dibudidayakan untuk dinikmati keindahannya. Tanaman hias atau dalam kata lain *ornamental plan* merupakan tanaman bunga atau daun, bentuk dan warna yang indah. Tanaman hias mempunyai potensi besar untuk dikembangkan dengan kondisi tanah yang subur dan dipandang sebagai kesempatan untuk mengembangkan sektor agribisnis (Saifulah dkk, 2023). Biasanya tanaman hias ditanam secara vegetatif atau generatif. Seiring dengan perkembangan masyarakat, tanaman hias biasanya dipahami sebagai tanaman yang memiliki nilai estetika tinggi, dan memiliki bunga, tangkai, cabang, akar dan aroma yang menarik (Agung dkk, 2017).

Keunggulan tanaman hias adalah dapat meningkatkan prospek lapangan kerja dan menjadi sumber pendapatan bagi petani dan pedagang tanaman hias. Selain meningkatkan kesehatan lingkungan, tanaman hias juga menghasilkan keindahan, kenyamanan, dan kesejukan. Industri tanaman hias harus dapat bimbingan dari pemerintah agar bisa berkembang dan juga dapat meningkatkan pendapatan dan secara tidak langsung akan membutuhkan lapangan kerja untuk mendukung perekonomian lokal (Setiawan, 2019). Produksi tanaman hias di Indonesia paling banyak adalah pada Provinsi Jawa Timur. Data daerah dengan penghasil tanaman hias terbesar di Indonesia adalah pada tabel berikut:

Tabel 1 Data Produksi Tanaman Hias Provinsi Jawa Timur

Provinsi	Jumlah Produksi	Satuan	Persentase (%)
Jawa Timur	261.946.022	Pohon	44,68
Jawa Tengah	184.943.588	Pohon	31,55
Jawa Barat	131.703.099	Pohon	22,47
Banten	5.727.400	Pohon	0,98
DI Yogyakarta	1.467.647	Pohon	0,25
DK Jakarta	428.983	Pohon	0,07
Jumlah	586.216.739	Pohon	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Tingginya angka produksi tanaman hias mencerminkan tingginya tingkat permintaan tanaman hias di pasar seperti yang tertera pada tabel tersebut. Tabel diatas menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan jumlah produksi tanaman hias terbanyak dengan persentase sebesar 44,68% disusul Jawa Tengah sebesar 31,55% dan Jawa Barat di posisi ketiga sebesar 22,47%. Tingginya jumlah produksi yang ada di Jawa Timur dikarenakan permintaan dari konsumen yang cukup tinggi. Banyaknya manfaat yang bisa didapatkan dari mempunyai tanaman hias juga menjadi faktor tingginya permintaan konsumen. Hal ini menjadi peluang untuk produsen budidaya tanaman hias di Jawa Timur.

Salah satu perusahaan produsen tanaman hias di Jawa Timur adalah Atha Flora Batu. Atha Flora Batu merupakan produsen tanaman hias yang berada di Bumiaji Kota Batu. Sebagai daerah dataran tinggi dengan iklim dan cuaca yang cocok untuk budidaya tanaman hias daun dan bunga Kota Batu memiliki banyak keunggulan. Diantaranya adalah keberagaman tanaman yang dibudidayakan. Seperti anggrek, puring, kaktus hias, dan tanaman hias lainnya. Sehingga selain Atha Flora Batu banyak produsen tanaman hias lain yang melakukan budidaya tanaman hias. Berikut merupakan data rata-rata produksi dan penerimaan Atha Flora Batu pada tahun 2020 – 2023.

Tabel 2. Data produksi dan penerimaan tanaman hias Atha Flora

Tahun	Rata-rata Produksi/Minggu (Tanaman)	Rata-rata Produksi/Tahun (Tanaman)	Rata-rata Penerimaan/Tahun (Rp)
2020	20.000	960.000	10.250.000.000
2021	15.000	720.000	3.650.000.000
2022	10.000	480.000	1.825.000.000
2023	5.000	240.000	365.000.000

Sumber: Data Perusahaan Atha Flora Batu (2023)

Berdasarkan data tersebut diketahui terjadi penurunan produksi yang juga mencerminkan penurunan permintaan pasar akan tanaman hias. Penurunan drastis bahkan terjadi hanya dalam kurun waktu satu tahun. Banyaknya permintaan pada tahun 2020 terjadi akibat adanya wabah Pandemi Covid-19 yang menciptakan gaya hidup baru bagi masyarakat Indonesia untuk gemar memelihara tanaman hias. Pemasaran yang dilakukan oleh Atha Flora pun meningkat tinggi hingga pengiriman tanaman hias dalam jumlah besar ke luar provinsi. Manager umum Atha Flora Batu 2 menyatakan bahwa hingga pada pertengahan tahun 2023 penjualan yang terjadi hanya menghasilkan penerimaan sebesar Rp 2.000.000/hari saja padahal pada tahun 2020 penjualan dapat menghasilkan hingga Rp 50.000.000/hari. Hal ini juga tidak lepas dari banyaknya pesaing yang juga menawarkan produk tanaman hias serupa.

Tingginya persaingan pada penjualan tanaman hias membuat penjual tanaman berusaha meningkatkan loyalitas konsumen tanaman hias karena usaha tanaman hias tidak luput dari keberadaan konsumen. Keberadaan konsumen yang sulit diprediksi dan konsumen selalu melakukan berbagai pilihan atas segala keinginan yang didasari oleh selera yang berbeda-beda, membuat para pengusaha tanaman hias semakin mempertahankan posisinya dalam menarik perhatian konsumen. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga tercipta pula loyalitas konsumen. Konsumen akan bisa loyal dalam membeli suatu barang dan menarik banyak konsumen baru yang ingin membeli barang jika konsumen tersebut merasa puas, dan yang memungkinkan munculnya rasa puas konsumen adalah harga yang terjangkau serta kualitas barang yang baik (Sari dkk, 2022).

Tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian akan dipengaruhi oleh seberapa baiknya kinerja produsen, semakin baik kinerja produsen maka tingkat kepuasan akan semakin menurun. Dalam mengukur kinerja yang telah dilakukan dapat dilihat salah satunya berdasarkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Prasetio, & Rianti, 2023). Sedangkan

menurut penelitian yang dilakukan oleh (Irmansyah, Hindarti, & Siswadi, 2023) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang artinya bahwa saat konsumen melakukan pembelian terhadap suatu barang maka konsumen akan memperhatikan kualitas produk yang diinginkan (Qohar, Rianti & Apriliawan, 2024). Dalam pengertian yang lebih luas, harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk. Dalam kegiatan perusahaan terhadap suatu produk seseorang harus mengeluarkan sejumlah rupiah untuk menukarkan dengan barang tersebut. Maka untuk mendorong kemampuan pembelian konsumen maka produsen harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan pasar produk yang dijual.

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting salah satunya untuk mewujudkan pemasaran yang efektif (Ningsih & Siswadi, 2022). Pemasaran yang efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana tingkah laku konsumen serta memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai pengamatan produknya. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap tanaman hias dan apa saja faktor yang mempengaruhinya dapat menjadi landasan bagi produsen dan pemasar khususnya di Atha Flora Kota Batu. Maka perlu diadakan analisis terhadap masalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan khususnya yang menyangkut dengan masalah kepuasan konsumen pada Atha Flora Kota Batu. Bertitik tolak dari uraian di atas, maka dari itu penelitian tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tanaman Hias di Atha Flora Kota Batu”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian tanaman hias di Atha Flora Kota Batu?
2. Apa faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Pembelian tanaman hias di Atha Flora Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Pembelian tanaman hias di Atha Flora Kota Batu.

2. Untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Pembelian tanaman di Atha Flora Kota Batu.

1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak keluar dari rumusan masalah maka diperlukan adanya batasan penelitian. Adapun batas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Atha Flora Kecamatan Bumiaji Kota Batu dan sample yang diambil adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian tanaman hias Atha Flora Batu
- 2.
2. Penelitian adalah mengenai kepuasan konsumen yang meliputi variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.
3. Tanaman hias yang dimaksud dalam penelitian adalah semua tanaman hias yang dibudidayakan dan dijual oleh Atha Flora Kota Batu.
4. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis SEM-PLS.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian:

1.5.1 Manfaat penelitian

Dalam penyusunannya penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memiliki nilai guna terhadap:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat bersifat teori akan didapatkan oleh pembaca. Secara teoritis hasil riset ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya dalam pendidikan agribisnis serta membantu pembacaan untuk dalam menganalisis pengambilan keputusan pelanggan.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan sekaligus sebagai penentu strategi kedepannya agar menjadi Atha Flora yang lebih baik dan dapat bersaing bagi pemimpin perusahaan pada Atha Flora kota batu.
- b. Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan bagi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran.
- c. Manfaat untuk peneliti yakni penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 jurusan Agribisnis.
- d. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi bagi peneliti dengan judul yang sama.

1.5.2 Output Penelitian

Dari penelitian yang akan dilaksanakan, maka akan diperoleh output berupa tulisan artikel jurnal ilmiah Seagri.



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah harga dan kualitas pelayanan sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah kualitas produk.
2. Faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias di Atha Flora Batu adalah kualitas pelayanan.

5.2. Saran

Berdasarkan penjabaran penelitian, terdapat beberapa saran yakni:

1. Atha Flora Kota Batu mempertahankan dan meningkatkan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung yang datang ke toko untuk meningkatkan kenyamanan sehingga konsumen bersedia melakukan kunjungan kembali.
2. Mempertimbangkan penetapan harga yang saat ini sudah berlaku untuk tidak terjadi kenaikan secara drastis untuk mendorong tingkat pembelian yang dilakukan oleh pengunjung di Atha Flora sehingga akan meningkatkan penerimaan
3. Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan kerjasama dengan instansi terkait untuk produksi pengadaan maupun pemasaran tanaman hias yang berkualitas dan bersaing.
4. Bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan pengembangan variabel seperti menambahkan variabel gaya hidup, pendapatan dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, W., & Roni, D. H. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pendestrian House Cab . KM 11*. 13(01), 1–5.
- Ahyari, Agus. 1986. *Manajemen Produksi: Pengendalian Produksi Buku 1*. Yogyakarta: BPFE
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin* , 5 (9), 526-535
- Arifani, A., Widowati., I., & Permai., N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Titi Orchids Yogyakarta. *Agriscience* , 2(3), 869-884.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. 3, 14–34.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*.
- Damayanti, R.P. dan Susanti, A. 2021. “Anteseden Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Masa Pandemi di Surakarta”, *Jurnal Lentera Bisnis*, Juli, 10(2):172-181, <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/439>, diakses tanggal 5 Oktober 2021.
- Daga, R. (2019). Buku 1 , Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017).
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Djarul Bahar, D. (2004). *Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies (JIPAGS)* p-issn : 2549-0435 e-issn: 2549-1431.
- Dr. H. Mashur Razak, SE, M. . (2016). *Perilaku Konsumen* (M. . Dr. H. Mashur Razak, SE (ed.); 2016th ed.).
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination Of Purchase And Repurchase Decisions:Product Quality And Price Analysis (Case Study On samsung Smartphone Consumers In The City Ofjakarta).
- Fahmi, I. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi dan Kualitas Produk. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sistem Informasi* , 2(5), 565-572.
- Febriani, F., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Suvey Pada Cafe Patroli Kopi Karawang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* , 4(3), 378.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., Halim, F., Manajemen, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Agung, S., Manajemen, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Agung, S. (2020). Pengaruh Sikap

Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. 4328(April).

Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In Jurnal Agora: Vol. 5 No. (Issue september). DEEPUBLISH.

Goetsch, David L. dan Stanley B. Davis. 2002. Total Quality Management, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Total Kualitas Manajemen. Jakarta: Penerbit Prenhallindo

Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models. Statistical Associates.

Gendro Wiyono. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0. Percetakan STIM YKPM.

Ghozali, I. Latan, H. (2012). Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2006). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hapzi ali, Baruna Hadi Brata, S. H. (2017). Credit Risk Management: Implications on Bank Performance and Lending Growth. Saudi Journal of Business and Management Studies, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

Hair et. al. (2013). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.

Hussein. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*.

Irmansyah, Hindarti, S., & Siswadi, B. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Pamanjur Coffe Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(6), 1-14.

Ihsan Mu, ab, & Setiawan Slamet, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 118– 132.

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Keler. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 1. Penerbit erlangga. Jakarta.

- LAKAMISI, Haryati. Prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (POTPLANT). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 2010, 3.2: 55-59.
- Lathiiifa, S., & Ali, H. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Diferensiasi Produk & Perilaku Konsumen: Produk, Harga, Promosi, Distribusi. *Magister Management UMB*, 1(1), 1–18.
- Liska, R. ., Machpudin, A. ., Khaza, M. A. M. H. ., Ratnawati, R. ., & Wediawati, B. . (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP INKLUSI KEUANGAN (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1034-1043.
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., Ardianto, S. F., & Komunikasi, I. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). 5(1), 1699– 1721.
- MAARUFI, Lathifah; WILIS, Ratna. (2019) POLA SEBARAN USAHA TANAMAN HIAS DI KAWASAN LUBUK MINTURUN KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG.
- M, A., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- MAHARANI, M. D. D.; SETYAWATI, Ekaterina; SANTOSO, Paulus Basuki Kuwat. Pengembangan Kapasitas Usaha Petani Tanaman Hias Ramah Lingkungan di Kawasan Desa Wisata Taman Sari Kabupaten Bogor. *Journal of Community Services: Sustainability and Empowerment*, 2022, 2.01: 28-36.
- Mabuka, A., Tampi, D., & Sibilang, N. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen: Kajian Eksplorasi Persepsi Konsumen di Pelabuhan Laut Kota Manado pada Tahun 2023. *SEIKO: Jurnal of Management & Business* , 6 (2), 324-338.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice Hall, United Stade Of America.
- Mekse, G., & Arisena, K. (2016). Konsep Kewirausahaan Pada Petani Melalui Pendekatan Structural Equation Model (SEM). 5(1).
- Mulyapradana, A., & Psi, S. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT . BAM. 1, 14–24.
- Maulidya, R. N., & A.D. (2019). engaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Mawal* , 11(2), 236.
- Ningsih, D. R., & Siswadi, B. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Puduk Sari Kelapa Gresik. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 6(2), 99-106.
- Napitupulu. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* , 16(1), 1-9.

- Novia Putri Dewi, Bambang Siswadi, Dwi Susilowati. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Agrowisata Belimbing Karangsari, Kota Blitar. 3(2), 63–72.
- 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.
- Prasetio, T., Khoiriyah, N., & Rianti, T. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Tempe di UMKM Sanan Kota Malang. *JU-ke Jurnal Ketahanan Pangan*, 7(1), 57-64.
- Pristiria, R. A., Kismartini, K., & Dwimawanti, I. H. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Perspektif*, 11(2), 533-546.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek , Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). 10(1), 86–104.
- Prawirosentono, S. 2004. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Manajement Abad 21, Studi Kasus dan Analisis*, Jakarta: Bumi Aksara
- Qohar, A., Rianti, T. S. M., & Apriliawan, H. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat Khas Lamongan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(07).
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada RUMAH Kecantikan Sifra Di Pati. *DiponegoroJournal of Management*, 5(1), 1–12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. 29–37.
- Rahman, A., & D.A. (2020). Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan. 5(2), 192.
- Ratri, W., & Budiraharjo, K. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Kaitannya Dengan Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan di Raja Bunga Anggrek Bandungan, Kabupaten Semarang. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu Pertanian*, 41(2), 115-132.
- Ramadiani. (2010). Sem dan lisrel untuk analisis multivariate. 2(1), 179–188.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. 7(2).
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). 2(April), 41–50.

- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101.
- Rodli, A. F., & Khalimah, S. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Tanaman Hias di “Pasar Puspa Agro Sidoarjo. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 303-315.
- Sangkay, P., Tumbuan, W., & Wangke, S. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Cafe Kopi Soe di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1029-1039.
- Sari, R., & Yulisetiari, D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Situbondo. *10* (2).
- Sari, V. (2020). The Influence Of Price, Product Quality And Brand Image Onpurchase Decision Teh Botol Sosro At Undergraduate Students Of Social And Politics Faculty University Diponegoro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*, 12.
- Saidani, B., Ekonomi, F., Negeri, U., Lusiana, L. M., Ekonomi, F., Negeri, U., ... Pembelian, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan. *10*(2), 425–444.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.
- Sariatn, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1258-1261.
- Shaharudin, Mansor, dan E. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia ’ s Fast Food Customer. *2*(1), 198–208.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV.
- Suryawardani, I. G. A. O. K. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Produk , dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *8*(1), 1–10.
- SETIADI, Dali; NOERTJAHYANI, Noertjahyani; SUPARMAN, Suparman. Perbedaan kualitas dan vase life bunga krisan akibat aplikasi macam pupuk organik dengan variasi jarak tanam. *Kultivasi*, 2018, 17.1: 587-595.
- SIREGAR, Hartutiningsih-M.; WAHYUNI, Sri; ARDAKA, I. Made. Karakterisasi morfologi daun Begonia alam (Begoniaceae): Prospek pengembangan koleksi tanaman hias daun di Kebun Raya Indonesia. *Jurnal Biologi Indonesia*, 2018, 14.2: 201-211.
- Majanah, TAMBUNAN, Carysma. Strategi Pemasaran Tanaman Hias Bunga Potong Pada Usaha Ratu Bunga Farm Di Kabupaten Karo. 2019.
- Tjiptono, Fandy, (2005). Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing. 7 maret 2020

- Tjiptono Fandy. 2006. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2007). Service, quality satisfaction (2nd ed.). Yogyakarta : Andi Offset, 2007.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. CV. Andi Offset.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang (Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0)*. Percetakan STIM YKPM.
- WIDYASTUTI, Titiek. Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis. *Yogyakarta: CV Mine*, 2018, 2-3.

