

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS AGLAONEMA (Study Kasus Desa Bangun Sari) Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang**

**Ricky Hotri Parlindungan Sihotang<sup>1)</sup> Juliana Br Simbolon<sup>2)</sup> Lyndon Parulian Nainggolan<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Quality

<sup>2)3)</sup>Dosen Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Quality Universitas Quality,  
Jl. Ngumban Surbakti No.18, Kota Medan

Email : [rickyhotri87@gmail.com](mailto:rickyhotri87@gmail.com)<sup>1)</sup>

**Abstrak**

Desa Bangun Sari yang terletak di kecamatan Tanjung Morawa adalah salah satu pusat perbelanjaan tanaman hias khususnya tanaman hias aglaonema tepatnya salah satu pusat perbelanjaan tanaman hias terbesar di Kabupaten Deli Serdang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Penelitian ini dilakukan di Desa Bangun Sari, penelitian ini melibatkan Konsumen tanaman hias aglaonema, hasil dari penelitian ini yaitu adanya faktor-faktor positif yang di timbulkan terhadap keputusan pembelian tanaman hias aglaonema dengan mengambil sampel 50 responden yang terlibat dalam pembelian tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

**Kata kunci:** Konsumen,Keputusan Pembelian

**Abstract**

*Bangun Sari Village, which is located in the Tanjung Morawa sub-district, is a shopping center for ornamental plants, especially aglaonema ornamental plants, to be precise, one of the largest ornamental plant shopping centers in Deli Serdang Regency. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression. This research was conducted in Bangun Sari Village, this study involved consumers of Aglaonema ornamental plants, the results of this study were that there were positive factors that caused the purchase decision of Aglaonema ornamental plants by taking a sample of 50 respondents who were involved in purchasing ornamental plants in Bangun Sari Village. Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency.*

**Keywords:** *Consumer, Purchase Decision*

**PENDAHULUAN**

Desa bangun sari adalah satu Desa di Kecamatan Tanjung Morawa yang sebagian penduduknya hidup dari usaha tanaman hias dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan merupakan sumber pendapatan yang utama, usaha tani tanaman hias di Desa Bangun sari berdiri sejak tahun 1980, yang berawal dari satu orang pengusaha

pertama yang bernama Edianto Sihite. Noviana (2014) menyatakan bahwa usaha agribisnis tanaman hias saat ini sedang berkembang cukup pesat, tanaman hias tidak hanya berperan dalam sektor pertanian, tetapi juga sangat berperan bagi sektor agrowisata di berbagai kota di Indonesia.

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. Produsen dan pemasar dapat menyediakan tanaman hias sesuai keinginan konsumen. Semakin besar animo masyarakat terhadap jenis tanaman tertentu, maka permintaan akan tanaman tersebut akan naik dan memicu produsen untuk meningkatkan produksi, begitu pula sebaliknya (Koa dkk, 2019).

Tanaman hias adalah tanaman bunga-bunga atau segala bentuk tanaman yang menghasilkan bunga. Sejalan dengan perkembangan jaman dan kemajuan keberadaan manusia, tanaman hias dapat diartikan sebagai segala jenis tanaman yang memiliki nilai hias (bunga, batang, tajuk, cabang, daun, akar, aroma dsb) yang menimbulkan kesan indah artistik atau kesan seni. Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki bentuk unik dan khas yang berfungsi sebagai dekorasi ataupun hiasan baik dalam ruangan maupun luar ruangan.

Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan suatu persaingan, perusahaan harus memperhatikan dari beberapa faktor, salah satu di antaranya adalah faktor persepsi konsumen untuk mengambil keputusan memilih tempat berbelanja keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih di antara pilihan-pilihan pembelian mereka. Karena, hal itu berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segala sesuatu dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam

kapasitas memuaskan dan keputusan yang dibuat oleh konsumen akan menentukan kesuksesan usaha (Rafli, 2019).

Prilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini (Andini dkk, 2020). Memahami sikap dan perilaku konsumen adalah hal yang sangat penting untuk membuat keinginan produsen tercapai untuk mempertahankan atau ingin semakin mengembangkan usahanya. Sikap dan perilaku konsumen merupakan hal yang paling mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Perkembangan agrowisata yang dapat memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata membuat bisnis tanaman hias memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan kedepannya di Indonesia.

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah Untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara faktor-faktor internal seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan dan jenis pekerjaan dengan keputusan pembelian tanaman hias aglaonema di Desa Bangun Sari dan apakah ada keterkaitan antara faktor-faktor eksternal seperti ukuran, harga, warna, jumlah daun, dan keunikan dengan keputusan pembelian tanaman hias aglaonema di Desa Bangun Sari kecamatan Tanjung Morawa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan tempat penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kecamatan Tanjung Morawa merupakan salah satu sentra produksi tanaman hias yang

banyak di minati konsumen dari berbagai daerah khususnya Sumatra Utara.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi namun bukan populasi itu sendiri. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tanaman hias Aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang, untuk digunakan secara pribadi maupun untuk di jual kembali.

Populasi adalah keseluruhan dan karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. sehingga Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan membeli tanaman hias Aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan relevan.

Data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan kuisisioner kepada konsumen tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku - buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Langkah – langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu:

1. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Observasi yaitu pengamatan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

3. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informan yang dibutuhkan.

Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi atau perilaku seseorang. Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh peneliti dengan cara mengajukan beberapa pernyataan kepada responden. Pilihan jawaban responden dalam bentuk skala ukur yang telah disediakan, yaitu tidak setuju (1), kurang setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

### **Metode Analisis Data**

Uji validitas adalah mengetahui tingkat kevaliditan dari instrumen (Kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item- item yang tersaji dalam kuesioner benar- benar mampu mengungkap dengan pasti apa yang akan di teliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi di bandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05.

Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau r hitung dari variabel penelitian dengan nilai r tabel. Pengujian validitas

dan reabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif Pada Faktor Internal

Analisis deskriptif responden dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuesioner yang telah di Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan (4) Berdasarkan penghasilan responden maka dapat di lihat tabel yang memberikan gambaran tentang jumlah responden yang melakukan pengisian kuesioner yang di bagikan penulis kepada responden berdasarkan penghasilan sebagai berikut :

Tabel 4.2.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan (X4)

No	Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1	13	26 %
2	2	32	64 %
3	3	5	10 %
Jumlah		50	100 %

Dari tabel 4.2.1.4 dapat di ketahui dari 50 responden yang berpenghasilan 1-2,5 juta sebanyak 13 orang responden (26%), yang berpenghasilan 2,5-5 juta sebanyak 32 orang responden (64%), yang berpenghasilan 5 juta > sebanyak 6 orang responden (10%). Berdasarkan dari data di atas responden yang paling banyak adalah responden yang berpenghasilan 2,5-5 juta sebanyak 32 orang responden dengan persentase (64%)

### Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan (X5)

Berdasarkan pekerjaan responden maka dapat di lihat tabel yang memberikan

isi

oleh responden penelitian. , jumlah responden dalam penelitian tanaman hias aglaonema ini adalah sebanyak 50 orang responden.

Faktor internal terdiri dari 5 indikator yaitu, usia (X1), jenis kelamin (X2), tingkat pendidikan (X3), tingkat penghasilan (X4), jenis pekerjaan (X5) darimasing-masing indikator terdiri dari 4 item pertanyaan

gambaran tentang jumlah responden yang melakukan pengisian kuesioner yang di bagikan penulis kepada responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4.2.15 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan (X5)

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1	20	40 %
2	2	20	40 %
3	3	5	10%
4	4	5	10%
Jumlah		50	100 %

Tabel 4.2.1.5 dapat di ketahui dari 50 orang responden yang bekerja sebagai Pegawai negeri sipil yaitu sebanyak 20 orang responden (40%), buruh pabrik 20 orang responden (40%), pedagang 5 orang responden (10%), petani 5 orang (10%). Berdasarkan dari data di atas responden yang paling banyak adalah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil dengan persentase (40%), dan responden yang bekerja sebagai buruh pabrik dengan persentase (40%). Analisis Deskriptif Pada Faktor eksternal Analisis deskriptif responden dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuesioner yang telah di isi oleh responden penelitian. Faktor eksternal terdiri dari 5 indikator yaitu, Ukuran (X6), harga (X7), Warna (X8), jumlah daun (X9), keunikan (X10), dari masing-masing indikator terdiri dari 4 item pertanyaan.

**Deskripsi Responden Berdasarkan Ukuran (X6)**

Tabel 4.2.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Ukuran (X6)

No	Ukuran	Jumlah responden	Persentase (%)
1	1	10	20 %
2	2	16	32%
3	3	15	30%
4	4	10	20%
Jumlah		50	100%

Dari Tabel 4.2.2.1 dapat diketahui dari 50 responden yang memilih 10cm 15cm Sebanyak 10 orang responden (20%), yang 16cm – 21cm sebanyak 16 orang responden (32%), 22cm – 27cm sebanyak 15 orang responden (30%), 27cm – 32cm sebanyak 10 orang responden (20%). Berdasarkan dari data di atas ukuran yang paling banyak adalah 16cm – 21cm sebanyak 16 orang dengan persentase (32%).

**Deskripsi Responden Berdasarkan Harga (X7)**

Tabel 4.2.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Harga (X7)

No	Harga	Junlah responden	Persentase (%)
1	1	17	34%
2	2	13	26%
3	3	10	20%
4	4	7	14%
5	5	3	6%
Jumlah		50	100%

Dari tabel 4.2.2.2 dapat diketahui dari 50 responden yang membeli dengan harga Rp.100.000-Rp.150.000 sebanyak 17 orang responden dengan persentase (34%), Rp.160.000-Rp.200.000 sebanyak 13 orang responden dengan persentase (26%), Rp.250.000-Rp.300.000 sebanyak 10 orang

responden dengan persentase (20%), Rp.350.000-Rp.400.000 sebanyak 7 orang responden dengan persentase (14%), Rp.400.000-Rp.500.000 sebanyak 3 orang responden dengan persentase (6%). Dari data diatas harga yang paling banyak diminati dari 50 responden adalah Rp.100.000-Rp.150.000 sebanyak 17 orang responden dengan persentase (34%).

**Deskripsi Responden Berdasarkan Warna (X8)**

No	Jumlah daun	Jumlah responden	Persentase(%)
1	1	27	54%
2	2	15	30%
3	3	8	16%
Jumlah		50	100%

Dari tabel 4.2.2.3 dapat diketahui dari 50 responden yang memilih warna Merah dengan tambahan corak lainnya sebanyak 19 orang responden dengan persentase (38%), hijau dengan tambahan corak lainnya sebnyak 16 orang responden dengan persentase (32%), hijau sepenuhnya sebnyak 7 orang responden dengan persentas (14%), kuning dengan tambahan corak lainnya sebnyak 8 orang responden dengan persentase (16%). Dari data diatas yang paling banyak diminati dari 50 responden adalah merah dengan tambahan corak lainnya sebnyak 19 orang responden dengan persentase (38%).

**Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Daun (X9)**

Tabel 4.2.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Daun (X9)

No	Jumlah daun	Jumlah responden	Persentase(%)
1	1	27	54%
2	2	15	30%
3	3	8	16%
Jumlah		50	100%

Dari tabel 4.2.2.4 dapat diketahui dari 50 responden yang memilih 2-3 daun sebanyak 27 orang responden dengan persentase (54%), 4-5 daun sebanyak 15 orang responden dengan persentase (30%), 6-7 daun sebanyak 8 orang responden dengan persentase (16%) Dari data diatas yang paling banyak diminati dari 50 responden adalah 2-3 daun dengan sebanyak 27 orang responden dengan persentase (54%).

**Deskripsi Responden Berdasarkan keunikan (X10)**

Tabel 4.2.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan keunikan (X10)

No	Jumlah daun	Jumlah responden	Persentase(%)
1	1	35	70%
2	2	15	30%
Jumlah		50	100%

Dari tabel 4.2.2.5 dapat diketahui dari 50 responden yang memilih warna sebanyak 35 orang responden dengan persentase (70%), bentuk daun sebanyak 15 orang responden dengan persentase (30%). Dari data diatas yang paling banyak diminati dari 50 responden adalah warna sebanyak 35 orang responden dengan persentase (70%).

Analisis Regresi Linier Berganda Faktor internal Dalam menganalisis keputusan pembelian (Y) dengan faktor usia (X1), faktor jenis kelamin (X2), tingkat Pendidikan (X3), tingkat penghasilan

(X4), pekerjaan (X5) dalam penelitian ini digunakan analisis linier berganda

1 (Contant	-.014	.350	-.039	.969
Usia(X1)	.173	.021	.283	8.235 .000
Jenis kelamin(X2)	.189	.020	.315	9.655 .000
Tingkat Pendidikan(X3)	.233	.026	.323	8.872 .000
Tingkat penghasilan(X4)	.212	.021	.442	10.099 .000
Pekerjaan(X5)	.156	.025	.281	6.355 .000

Berdasarkan tabel 4.4.1 model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:  $Y=0.014+0.173X1+0.189X2+0.233X3+0.212X4+0.156X5$  Persamaan dari regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. koefisien regresi keputusan pembelian (Y) adalah positif 0.014 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap (Konstan), maka keputusan pembelian adalah sebesar 0.014 satuan.
2. Koefisien regresi variabel usia adalah 0.173 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor usia sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat usia akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.173 satuan.
3. Koefisien regresi variabel jenis kelamin adalah 0.189 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor jenis kelamin sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat usia akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.189 satuan.
4. Koefisien regresi variabel tingkat Pendidikan adalah 0.233 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor tingkat pendidikan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat tingkat pendidikan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.233 satuan.
5. Koefisien regresi variabel tingkat penghasilan adalah 0.212 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan

faktor tingkat penghasilan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat penghasilan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.212 satuan.

6. Koefisien regresi variabel pekerjaan adalah 0.156 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor pekerjaan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka pekerjaan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.156 satuan.

#### Faktor Eksternal

Dalam menganalisis keputusan pembelian (Y) dengan faktor ukuran (X6), faktor harga (X7), warna (X8), jumlah daun (X9), keunikan (X10) dalam penelitian ini digunakan analisis linier berganda. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor ukuran, harga, warna, jumlah daun, dan keunikan dengan keputusan pembelian.

Model	Unstandardized B	Coefficient Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-2.891	2.389		-1.210	.233
Ukuran (X6)	.187	.026	.300	7.153	.000
Harga (X7)	.241	.020	.397	11.901	.000
Warna (X8)	.328	.131	.087	2.494	.016
Jumlah daun (X9)	.184	.015	.477	11.969	.000
Keunikan (X10)	.195	.023	.254	8.408	.000

Berdasarkan tabel 4.3.1 model persamaan regresi yang dapat dituliskandari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.891 + 0.187X_6 + 0.241X_7 + 0.328X_8 + 0.184X_9 + 0.195X_{10}$$

1. koefisien regresi keputusan pembelian (Y) adalah positif -2.891 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap (Konstan), maka keputusan pembelian adalah sebesar -2.891 satuan.

2. Koefisien regresi variabel ukuran adalah 0.187 yang artinya setiap

kenaikan ataupun penurunan faktor ukuran sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat ukuran akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.187 satuan.

3. Koefisien regresi variabel harga adalah 0.241 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor harga sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat harga akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.241 satuan.

4. Koefisien regresi variabel warna adalah 0.328 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor warna sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat ukuran akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.328 satuan.

5. Koefisien regresi variabel jumlah daun adalah 0.184 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor jumlah daun sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat ukuran akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.184 satuan.

6. Koefisien regresi variabel keunikan adalah 0.195 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor keunikan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka tingkat ukuran akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.195 satuan.

#### Hasil Uji F ( Uji Simultan)

Faktor Internal Menyatakan bahwa faktor usia (X1), jenis kelamin (X2), tingkat Pendidikan (X3), tingkat penghasilan (X4), pekerjaan (X5), secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Model	Sum of Squares	Square		F	Sig.
		Mean	1.591		
		df			
Regression	100.663	5	20.133	235.764	.000
Residual	3.757	44	.085		
Total	104.420	49			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictor: (Constant), Pekerjaan (X5), Usia (X1), Tingkat Pendidikan (X3), Tingkat Penghasilan (X4)

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, X3, X4, dan X5 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai f hitung  $235.764 > 2.12$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, X3, X4 dan X5 secara simultan terhadap Y.

#### Faktor Eksternal

Menyatakan bahwa faktor ukuran (X6), harga (X7), warna (X8), jumlah daun (X9), keunikan (X10), secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Model	Sum of Squares	Square		F	Sig.
		Mean	1.591		
		df			
Regression	94.905	5	18.981	232.309	.000
Residual	3.595	44	.082		
Total	98.500	49			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictor: (Constant), Keunikan (X10), Harga (X7), Ukuran (X6), Warna (X8), Jumlah daun (X9)

#### Saran

1. Perlu ada keragaman produk sesuai dengan tanaman hias aglaonema untuk dapat menyesuaikan tingkat penghasilan pada konsumen yang berbelanja di Desa

Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

2. Perlu varian harga dari variasi jenis tanaman hias aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa untuk menyesuaikan penghasilan dari konsumen

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andini, L. Wedestra, M., Marini. dan Suartha. 2020. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Semangka. Jurnal Unmas Mataram. Volume. 14 no. 2 Mataram. UMNAS Denpasar.
- Hanum, Z. dan Hidayat, S. 2017. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumenn Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merk Nike. Jurnal Bisnis administrasi. Volume no 6. Medan. Politeknik LP3I.
- Hapsari, R. D. 2015. Pola Perilaku Usaha Ekonomi Pedagang Tanaman Hias. Skripsi, Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Hutagalung, B. O. S., Darus, M. 2013 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengkonsumsi Daging Ayam Kampung Di Kota Medan. Skripsi. Program study Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara
- Hutagaol, C. D. 2019. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU. Skripsi. Medan. Universitas HKBP Nomensen.
- Jumiati. 2016. Analisis Perilaku Dan Sikap Konsumen Buah-Buahan Segar Di Supermarket Giant. Skripsi. Malang. Universitas Muhamadiyah.
- Koa, D. Y., Wiendiyati. dan Nampa, W. 2019. Prilaku Konsumen Dalam



- Pembelian Bunga Krisan. Jurnal Excellentia. Volumen VIII. No 2. Universitas Nusa Cendana.
- Marlina. 2016. Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada Citra Bunga Garden. Skripsi. Universitas Teuku Umar.
- Noviana, A., Indriani. Y., dan Situmorang. S. 2014. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias. Jurnal JIA, Volume.2. no 1. Lampung. Universitas Lampung.
- Pujilestari, T. 2014. Identifikasi Jenis Aglaonema Berdasarkan Ekstraksi Tekstur Menggunakan Metode Statistic Orde 2. TA. Pekanbaru. UIN SUSKA RIAU.
- Pulungan, K. U. 2018. Analisis Pemasaran Tanaman Hias Bougenville. Skripsi. Medan. Universitas Medan Area.
- Rafli, D. 2019. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Pekanbaru. UIN SUSKA RIAU
- Romadir, A. 2019. Strategi Pemasaran Tanaman Hias Aglaonema. Skripsi. Lampung. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER).
- Safitri, N. Firmansyah, H., dan Ferienta, Y. 2020. Analisis Sikap Dan Perilaku Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Bunga Segar. Kalimantan Selatan. Universitas Lambung mangkurat.
- Sipayung, H. Rosnita., dan Eliza. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias. Jurnal. Volume. 8. No.2. Pekanbaru.
- Siregar, F. Nurul., 2021. Analisis Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias. Skripsi. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Supriono. 2015. Pengaruh Faktor Budaya Sosial, Individu Dan Psikologis, Terhadap Keputusan Konsumen, Jurnal Agribisnis. Volume. 2. No. 3. Surakarta. STIE AUB Surakarta.
- Wigati, S. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal. Volume No. 01 Surabaya. IAIN