

**MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP TANAMAN
HIAS *Aglaonema*
(Studi Kasus : Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa,
Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

OLEH

**MELA PUTRI
168220014**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/6/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)23/6/22

**MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP TANAMAN
HIAS *Aglaonema*
(Studi Kasus : Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa,
Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satusyarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Pertanian

Universitas Medan Area



OLEH

MELA PUTRI

168220014

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

Judul Skripsi : Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* Di Desa
Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
Nama : Mela Putri
NPM : 168220014
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



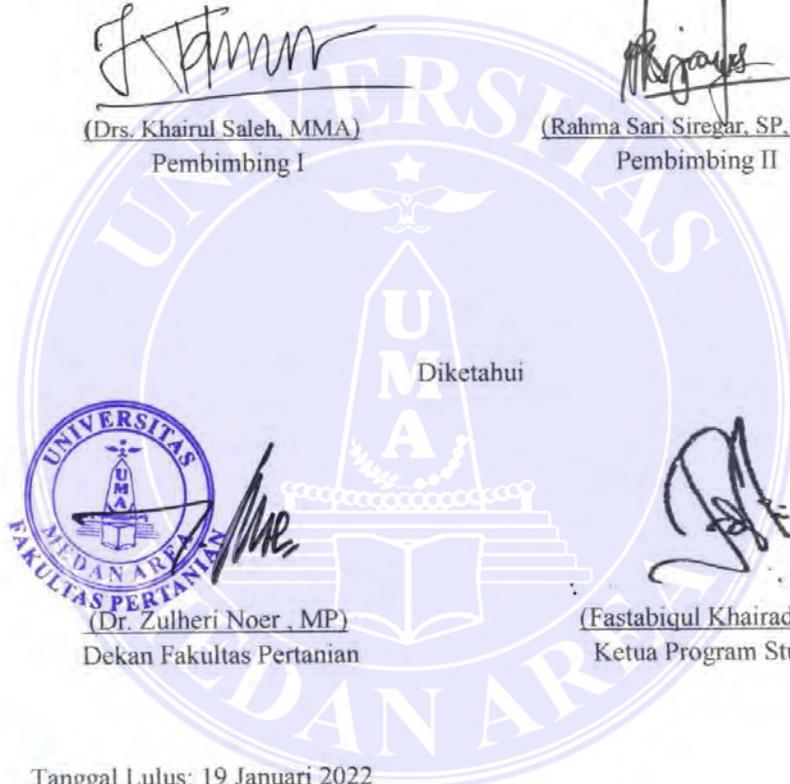
(Drs. Khairul Saleh, MMA)

Pembimbing I



(Rahma Sari Siregar, SP, M.Si)

Pembimbing II



(Dr. Zulheri Noer, MP)

Dekan Fakultas Pertanian



(Fastabiqul Khairad, SP, M.Si)

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 19 Januari 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi - sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mela Putri
NPM : 168220014
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 20 Juni 2022
Yang menyatakan


(Mela Putri)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : minat beli konsumen terhadap tanaman *Aglaonema* di daerah penelitian dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap tanaman *Aglaonema* di daerah penelitian. Penelitian ini dilakukan di desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang secara sengaja (*purposive*). Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah karena desa Bangun Sari merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tanjung Morawa yang sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani tanaman *Aglaonema*. Penentuan sampel konsumen dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu 3 Konsumen dari setiap petani sampel dan sampel didapat dari petani penjual *Aglaonema*. Maka jumlahnya menjadi 90 konsumen *Aglaonema*. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli konsumen terhadap *Aglaonema* di daerah penelitian adalah tinggi yaitu sebesar 40.00 %. Secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap *Aglaonema* dengan nilai F-hitung sebesar $26,882 > F\text{-tabel}(2,48)$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Secara parsial faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap *Aglaonema*, sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci : *minat beli, konsumen dan tanaman hias*

ABSTRACT

This study aims to determine: consumer buying interest in Aglaonema ornamental plants in Bangun Sari Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency and find out what factors influence consumer buying interest in Aglaonema ornamental plants in Bangun Sari Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency. This research was conducted in the village of Bangun Sari, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency intentionally (purposively). The reason for choosing the location of this research is because Bangun Sari village is one of the villages located in Tanjung Morawa District where most of the residents make a living as ornamental plant farmers. Determination of consumer samples is done purposively, namely 3 consumers from each sample farmer and samples obtained from farmers selling Aglaonema ornamental plants. So the number becomes 90 consumers of Aglaonema Ornamental Plants. Data analysis was done descriptively and by using multiple linear regression test. The results showed that consumer buying interest in Aglaonema ornamental plants in Bangun Sari Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency was high at 40,00%. Simultaneously, cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors have a significant effect on consumer buying interest in Aglaonema ornamental plants with an F-count value of 26,882 > F-table (2.48) and a Sig value of 0.000 < 0.05. Partially, cultural factors, social factors and psychological factors have a significant effect on consumer buying interest in Aglaonema ornamental plants, while personal factors have no significant effect.

Keywords: buying interest, consumers and ornamental plants

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Ajamu, Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatra Utara pada tanggal 02 September 1998. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara yang merupakan putri dari ayahanda Sabaruddin dan Ibunda Uswatun Hasanah Hasibuan.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 112201 Labuhan Bilik Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu, Sekolah Menengah Pertama di MTS Negeri 03 Labuhanbatu, dan SMAN 1 Angkola Selatan, Padangsidempuan. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswi fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi mahasiswa Universitas Medan Area. Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di PTPN IV Unit Kebun Bahjambi, Simalungun, Sumatera Utara dari Bulan Juli sampai dengan Agustus pada tahun 2019.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, dan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikut-pengikutnya sehingga dengan segala usaha dan doa penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat akademik dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

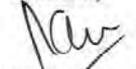
1. Dr. Zulheri Noer , MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Univeristas Medan Area.
2. Fastabiquil Khairad , SP,M.Si selaku Kaprodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Drs. Khairul Saleh, MMA Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Rahma Sari Siregar, SP, M.Si Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Virda Zikria SP,M.sc selaku Dosen Pembimbing Akademik Stambuk 2016 Program Studi Agribisnis Fakultas Universitas Medan Area.

6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah mendukung dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
7. Yang terkasih dan teristimewa Ayahanda (Sabaruddin) dan Ibunda (Uswatun Hasanah Hasibuan) dan saudara kandung saya Bayu Kurniawan dan Sofiatul Husna yang telah banyak memberikan dorongan moril maupun material serta motivasi kepada penulis.
8. Seluruh keluarga nenek pane dan atok yang selalu mendukung dan memberi semangat selama masa pendidikan yang telah penulis jalani.
9. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas medan Area khususnya rekan-rekan satu angkatan stambuk 2016 dan Sahabat saya Asih Nurpani, Shafira Ayusti, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan dibidang ilmu, masyarakat luas dan terutama bagi penulis sendiri. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal budi serta kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Medan, 20 Juni 2022

Penulis,



Mela Putri
168220014

ix

ix

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Pemikiran	11
1.6. Hipotesis	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tanaman <i>Aglaonema</i>	14
2.2 Minat Beli Konsumen	24
2.3 Penelitian Terdahulu	34
BAB III. METODE PENELITIAN	37
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.3. Metode Pengumpulan Data	38
3.4. Metode Analisis Data.....	39
3.4. Depenisi Operasional	45
BAB IV DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	46
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2. Gambaran Umum Petani <i>Aglaonema</i>	51
4.3. Karakteristik Responden	52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56

5.1. Minat Beli Konsumen terhadap <i>Aglaonema</i> di Daerah Penelitian.....	56
5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap <i>Aglaonema</i> di Daerah Penelitian.....	59
5.3. Pembahasan	70
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	73
6.1. Kesimpulan	73
6.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis Tanaman di Sumatera Utara Tahun 2014-2018 (Tangkai/Pohon/kg/ Rumpun)	5
2.	Luas Panen Tanaman Hias Deli Serdang Tahun 2014-2018 Menurut Jenis Tanamannya (m ²)	6
3.	Jumlah Produksi Tanaman Hias di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2014 – 2018 Menurut Jenis Tanaman (tangkai).....	7
4.	Distribusi Tata Guna Tanah di Desa Bangun Sari Tahun 2020	48
5.	Distribusi Penduduk Menurut Umur di Desa Bangun Sari, Tahun 2020.....	48
6.	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Bangun Sari, Tahun 2020	49
7.	Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencarian di Desa Bangun Sari, Tahun 2020	50
8.	Karakteristik Umur Responden di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.....	52
9.	Karakteristik Umur Responden di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.....	53
10.	Karakteristik Pendidikan Responden di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.....	54
11.	Karakteristik Pekerjaan Responden di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.....	54
12.	Karakteristik Tingkat Pendapatan Responden di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang	55
13.	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Minat Beli.....	57
14.	Minat Beli Konsumen terhadap Tanaman Hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang	58
15.	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Faktor Budaya (X ₁)	59
16.	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Faktor Sosial (X ₂)	60

17.	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Faktor Pribadi (X_3)	61
18.	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Faktor Psikologi (X_4).....	62
19.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
20.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
21.	Hasil Uji Koefesien Determinasi	69



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	11
2.	Normalitas Data	62
3.	Uji Linieritas	63
4.	Uji Heteroskedastisitas.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	75
2.	Karakteristik Responden.....	79
3.	Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Budaya.....	81
4.	Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Sosial.....	83
5.	Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Pribadi.....	85
6.	Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Psikologi.....	87
7.	Skor Jawaban Responden Atas Variabel Minat Beli.....	89
8.	Uji Normalitas, Linieritas, Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas	91
9.	Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Minat Beli Konsumen.....	93
10.	Tabel t.....	94
11.	Tabel Distribusi F.....	95
12.	Lokasi Penelitian.....	100
13.	Surat Pengambilan Data Riset.....	101
14.	Surat Selesai Riset.....	102

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian dari sektor pertanian, sehingga pertanian merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang mampu meningkatkan pendapatan negara melalui devisa negara yang diperoleh dari ekspor hasil-hasil pertanian ke berbagai negara.

Kontribusi pendapatan Domestik Bruto dari sektor pertanian terdiri dari berbagai komoditi hortikultura. Tanaman hortikultura merupakan salah satu sub sektor yang penting dalam pembangunan pertanian, karena meliputi beberapa kelompok tanaman yaitu tanaman sayuran, tanaman buah, tanaman berkhasiat obat, dan tanaman hias. Produk hortikultura memiliki mutu yang sangat beragam, ada yang dapat masuk kedalam pasar tradisional, bahkan bisa masuk kedalam pasar modern dan pada akhirnya nanti akan masuk pada pasaran ekspor sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan. Dengan melihat meningkatnya produktivitas produk hortikultura maka prospek kedepannya semakin cerah dalam pengembangannya.

Agribisnis hortikultura perlu dilakukan dengan pendekatan komprehensif dengan memperhatikan keseluruhan aspek dan segmen agribisnis serta perangkat penunjangnya sehingga persoalan yang dihadapi mengenai permintaan pangan yang bergizi dan sehat dapat terus terpenuhi dengan baik. Untuk mendukung hal tersebut perlu dilakukan penambahan pengetahuan yang komprehensif tentang segala aspek berkaitan dengan hortikultura. Geliat dan harapan tentang

hortikultura untuk saat ini dan kedepannya dapat memberikan prospek yang cerah bagi para petani dan pihak terkait untuk lebih serius dalam mengelola usaha produk hortikultura salah satu diantaranya adalah tanaman hias.

Pengembangan tanaman hias memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan, karena semakin tingginya minat masyarakat untuk memperoleh lingkungan yang sehat dan menarik, terutama di lingkungan perkotaan. Dahulu tanaman hias jarang diusahakan orang, tetapi seiring dengan berkembangnya jaman dan masuknya pengaruh budaya Barat, maka penggunaan tanaman hias di rumah di perkantoran juga semakin banyak, sehingga banyak masyarakat yang membuat usaha di bidang tanaman hias sebagai mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Pada saat ini usaha tanaman hias sudah dilakukan secara komersil di Indonesia. Hal ini disebabkan sudah semakin meningkatnya pendapatan perkapita masyarakat di Indonesia, sehingga pemenuhan kebutuhan sudah mengarah kepada kebutuhan sekunder seperti keindahan lingkungan tempat tinggal dan tempat bekerja. Semakin meningkatnya permintaan akan tanaman hias membuat petani tanaman hias dapat meningkatkan pendapatannya.

Rahmat (1995), menyatakan bahwa pengembangan tanaman hias dapat dikelola dalam pembangunan jangka panjang, sehingga dapat menjadi sumber dalam pembangunan pertanian. Disamping itu pengembangan tanaman hias dapat menjadi komoditas unggulan dalam suatu daerah, sehingga daerah tersebut memiliki ciri khas yang dapat diandalkan sebagai suatu produk daerah. Selain memenuhi kebutuhan regional, pengembangan tanaman hias dapat mensuplai kebutuhan internasional, dimana terdapat permintaan yang cukup tinggi terhadap

tanaman hias. Disamping itu kondisi alam Indonesia yang beriklim tropis, cukup mendukung dalam pengembangan berbagai tanaman hias menjadikan tanaman hias memiliki prospek yang cukup besar untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dan meningkatkan petani tanaman hias.

Usaha tanaman holtikultura adalah kegiatan yang menghasilkan produk tanaman sayuran buah-buahan serta tanaman hias dan tanaman obat-obatan dengan tujuan sebagian atau seluruh hasilnya dijual/ditukar atau memperoleh mendapatkan keuntungan atas resiko usaha tanaman holtikultura meliputi tanaman lainnya seperti obat-obatan ,buah-buahan ,tanaman hias sesuai dengan pusdatin berikut konsep dan defenisi holtikultura (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2017).

Komoditas tanaman hias digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sesuai fungsinya sebagai pemenuhan kebutuhan rohani, hampir semua lapisan masyarakat ingin menikmatinya. Oleh karena itu prospek pengembangan usaha tanaman hias terbuka lebar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan kebutuhan tanaman hias sejalan dengan kesadaran masyarakat untuk mencintai lingkungan yang indah, kondisi perekonomian, pembangunan pemukiman, gedung-gedung perkantoran, dan sektor pariwisata. Tingginya permintaan tanaman hias dari pengembang perumahan dan apartemen baru di kota-kota besar menjadi salah satu pendorong perkembangan bisnis tanaman hias. Sampai pertengahan tahun ini permintaan pasar terhadap tanaman hias meningkat 31,62%. Tingginya permintaan terhadap tanaman hias ternyata juga diimbangi dengan meningkatnya produktivitas dari pelaku tanaman hias.

Di Indonesia kebutuhan bunga sudah merupakan kebutuhan tak tidak terpisahkan dalam upacara keagamaan, upacara perkawinan, upacara pemakaman, dan hari besar. Di negara-negara Eropa, produk tanaman hias telah lama dijadikan sebagai komoditas perdagangan internasional yang sangat penting. Belanda sebagai contoh telah mampu memanfaatkan tanaman hias sebagai komoditas ekspor utama, misalnya bunga tulip dan beberapa stek tanaman hias (Ashari, 1995).

Tanaman hias di Sumatera Utara merupakan komoditas yang bernilai ekonomi tinggi dan sangat prospektif untuk dibudidayakan di jaman sekarang ini yang tentunya dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan, penyediaan lapangan kerja dan penggerak ekonomi salah satunya adalah tanaman hias, yang banyak dibudidayakan perkebunan dan hortikultura. Pengembangan tanaman hias dapat meningkatkan pendapatan petani, karena kebutuhan masyarakat akan tanaman hias semakin tinggi.

Tanaman hias adalah tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan estetik baik karena bentuk tanaman, warna dan bentuk daun tajuk maupun bentuk pohon/batang, warna dan keharuman bunganya, sering digunakan sebagai penghias pekarangan, taman atau ruangan di rumah-rumah, gedung perkantoran dan hotel maupun kelengkapan upacara adat keagamaan, komoditi tanaman hias meliputi anggrek, anelir, gerbera dan lain sebagainya (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2017). Berikut data produksi tanaman hias sumera utara 2016-2020 menurut jenis tanamannya secara lengkap dapat di lihat di Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis Tanaman di Sumatera Utara Tahun 2016-2020 (Tangkai/Pohon/kg/Rumpun)

Jenis Tanaman	Produksi Tanaman Hias				
	2016	2017	2018	2019	2020
Krisan	8.611.767	8.297.350	10.422.489	7.775.742	4.396.041
Sedap Malam	1.778.500	341.065	722.7	575.480	392.818
Anggrek	182.426	208.506	119.586	67.761	73.531
Gladiol	195.942	126.499	159.911	372.737	246.829
Mawar	210.729	201.353	269.222	558.347	1 866.546
Anyelir	109.53	12.865	71.900	204.955	373.660
Dracaena	34.500	31.977	10	194	2.243
Heliconia	4.435	9901	4.406	-	-
Melati	231.007	41.911	14.598	2.386	3.722
Bora (Soka)	70	90	83	325	849
Gerbera	32.200	125.400	266.28	-	-
Palem	9.279	9.101	8.485	10.215	9.569
Anthurium bunga	23.224	22.693	9.698	9.928	8.795
Anthurium daun	5.363	1.355	814	1.569	2.366
Kamboja	11.850	5.488	1.282	-	-
Sansevieria	1.445	1.150	559	-	-
Pakis	5000	1.741	210	654	1.967
Aglaonema	1.958	1.691	1.603	-	254
Euphorbia	1.033	1.236	167	339	382
Caladium	285	62	62	-	-
Phylodendron	-	148	13	129	118
Diffenbachia	2	24	10	-	-
Monstera	-	6	9	33	133
Cordyline	-	3	3	-	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Hortikultura Sumatera Utara, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produksi tanaman hias di Sumatera Utara menurut jenis tanaman hias yaitu produksi tanaman hias tertinggi pada tahun 2018 terdapat pada jenis tanaman krisan sebanyak 10.422.489 tangkai dan mengalami perubahan pada tahun 2020 terdapat pada jenis tanaman hias krisan sebanyak 4.396.041 tangkai.

Berikut data luas panen berbagai tanaman hias yang dikembangkan di kabupaten Deli Serdang mulai tahun 2016-2020 menurut jenis tanamannya dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Luas Panen Tanaman Hias Deli Serdang Tahun 2016-2020 Menurut Jenis Tanamannya (m²)

No	Jenis Tanaman	Luas Panen (m ²)				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Anggrek	2.668	1.567	2.637	3.344	5.294
2	Anthurium	1.029	265	2.450	2.360	2.200
3	Anyelir	600	240	1.800	2.100	1.800
4	Garbera	200	238	1.650	1.900	1.900
5	Gladiol	140	90	950	1.000	1.250
6	Heliconia	165	163	881	1.059	1.170
7	Krisan	2.777	1.044	2.400	2.200	2.550
8	Mawar	1.07	666	3.200	2.000	3.200
9	Sedap Malam	2	-	-	-	2.350
10	Draceana	1.542	2.293	-	-	1.500
11	Melati	4.189	1.436	3.291	3.504	5.772
12	Palem	886	250	2.225	2.000	3.050
13	Aglaonema	189	3	-	-	5
14	Pakis	-	2	-	-	495

Sumber : Badan Pusat Statistik Deli Serdang 2016-2020

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa luas panen tanaman hias di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2016-2020 menurut jenis tanamannya yaitu luas panen tertinggi pada tahun 2016 terdapat pada jenis tanaman tanaman hias Anggrek sebanyak 2.668 m², kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017 menjadi 1.567 m², kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi 2.637 m², pada tahun 2019 menjadi 3.344 m² dan pada tahun 2020 meningkat menjadi 5.294 m². Luas panen tersempit adalah tanaman hias *Aglaonema*. Hal ini disebabkan semakin banyaknya jenis tanaman hias yang lebih diminat oleh konsumen, sehingga dapat membuat jenis tanaman hias lainnya menjadi kurang diminati.

Berdasarkan data badan pusat statistik jumlah produksi Tanaman hias di Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2016-2020 dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Jumlah Produksi Tanaman Hias di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2014 – 2018 Menurut Jenis Tanaman (tangcai)

No	Jenis Tanam	Total Produksi (Tangkai)				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Anggrek	15.982	110.804	24.808	19.860	26.358
2	Anthurium	6.570	4.025	8.100	8.823	7.810
3	Anyelir	16.500	7.865	6.700	7.200	6.150
4	Garbera	1.200	3.800	4.275	5.100	6.150
5	Gladiol	1.200	3.700	3.000	2.850	3.675
6	Heliconia	3.500	9.368	4.240	3.263	3.697
7	Krisan	52.388	69.201	5.760	5.250	5.300
8	Mawar	46.690	39.384	14.538	5.200	6.750
9	Sedap malam	20	-	-	-	-
10	Draceana	34.494	31.962	-	-	-
11	Melati	223.339	9.115	3.989	730	1.067
12	Palem	3.056	5.16	6.252	6.400	7.610
13	<i>Aglaonema</i>	1.230	12	630	350	660
14	Pakis	-	-	-	-	-

Sumber : Badan Pusat Statistik Deli Serdang Tahun, 2016-2020

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa produksi tanaman hias di Kabupaten Deli Serdang menurut jenis tanaman hias yaitu produksi tanaman hias tertinggi pada tahun 2016 terdapat tanaman hias jenis mawar sebanyak 55.800 tangkai dan mengalami perubahan pada tahun 2018 terdapat tanaman hias Anggrek sebanyak 24.808 tangkai.

Bunga tanaman hias banyak diminati karena tanaman hias dapat dilakukan di rumah dan merupakan bisnis yang menjanjikan. Perawatannya tidak terlalu sulit dan tidak mengeluarkan modal yang begitu besar. Disamping itu banyak perkantoran menggunakan tanaman hias sebagai mempercantik ruangan dan menghilangkan polusi udara di dalam ruangan.

Leman (2004) menyatakan tanaman hias *Aglaonema* memiliki arti sebagai sebagai tanaman pembawa semangat. “Terang” selain nama *galaonema* tanaman hias ini juga mempunyai nama lain seperti *chinese evergen* yang diberikan karena orang yang pertama kali melakukan budidaya *Aglaonema* adalah orang Cina

sedangkan di Indonesia *Aglaonema* dikenal dengan nama sri rejeki, Tujuan pengembangan komoditi *Aglaonema* ini diarahkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut: memenuhi permintaan pasar baik dalam negeri maupun di luar negeri, memperluas lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan petani.

Indonesia sangat berpotensi menghasilkan tanaman Hias *Aglaonema* di alam *Aglaonema* dapat dijumpai sekitar 30 spesies . jenis-jenis tersebut umumnya mempunyai warna daun hijau sehingga kurang menarik. Dengan ditemukan teknik-teknik baru oleh K. J. Henry T.M Rasmusen terutama cara untuk melakukan penyilangan. Tanaman ini semakin banyak disilangkan hingga 200 *Aglaonema* hibrida yang mempunyai warna yang lebih menarik. *Aglaonema* terbagi dua macam, ada *Aglaonema* paten dan ada *Aglaonema* non paten. Perbedaan *Aglaonema* ini adalah *Aglaonema* paten yang telah didaftarkan hak paten oleh penyilangan sehingga perbanyak tanaman ini harus seizin penyilangan. sedangkan *Aglaonema* non paten tidak didaftarkan pada hak paten oleh penyilangan. Selain *Aglaonema* spesies juga terdapat *Aglaonema* yang mengalami mutasi, baik secara alami maupun dari hasil persilangan sehingga mempunyai penampilan yang menarik (Gregory, 2006).

Kebutuhan *Aglaonema* di kalangan masyarakat pencita bunga semakin meningkat. Tanaman ini memiliki potensi yang sangat baik untuk disebar luaskan secara ekonomis dan dapat dijadikan sebagai komoditi unggulan dari suatu daerah. Tanaman *Aglaonema* merupakan tanaman dengan karisma yang cukup tinggi dan sudah sangat populer di mata masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari padangan masyarakat yang menyatakan bahwa daun *Aglaonema* selalu berwarna hijau. Namun kenyatannya sekarang *Aglaonema* menjadi salah satu tanaman yang

sangat populer karena munculnya hibrida-hibrida baru. *Aglaonema* memiliki daun berwarna kuning, putih, merah muda, merah tua dan hijau keabu abuan dan lain sebagainya,serta memiliki corak yang fantastis dan beraneka ragam dan menawan bentuk, ukuran, daun dan tangkai yang beraneka ragam.

Perkembangan usaha tani tanaman hias yang penuh persaingan setiap petani tanaman hias perlu memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian tanaman hias, terutama minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema*. Walaupun dengan produksi *Aglaonema* yang menurun permintaan *aglaonema* baik, sebagai tanaman masih cukup besar, maka usaha peningkatan dan penganekaragaman produk *aglaonema* menjadi sangat penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan kemampuan bersaing dipasar dalam maupun luar negeri. Pengembangan usaha tanaman hias *Aglaonema* yang diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan menambah devisa Negara dan membuka peluang tumbuhnya industry sarana produksi .

Sejalan dengan yang telah dikemukakan inilah yang menjadi dasar ketertarikan melakukan penelitian ini jumlah produksi *Aglaonema* yang menurun. Namun pembeli Bunga *Aglaonema* yang masih membeli tanaman hias *Aglaonema* di lokasi peneliti yang terbilang terus meningkat. Apakah yang menjadi dasar konsumen dalam membeli tanaman hias ini, tentu saja kecintaanya terhadap tanaman hias *Aglaonema* yang dikatakan sebagai bunga sri rezeki karena bunga ini mempunyai bentuk dan daun yang indah sehingga membuat orang tidak bosan melihatnya, dan dapat dilihat minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhannya dan menggunakan suatu produk, berdasarkan hal tersebut maka

analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen, jadi sangat berkaitan didalam bagaimana konsumen sangat tertarik terhadap suatu produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis telah melakukan penelitian dengan judul “Minat Beli Konsumen terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka perumusan masalah penelitian ini ada beberapa pokok masalah yang menjadi arah pembahasan penulis dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini maka diharapkan bermanfaat bagi pemerintah, penulis dan penelitian lainnya sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah dan pihak lain dalam upaya untuk membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan produksi tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penulisan ilmiah bagi penulis, disamping melengkapi salah satu syarat untuk gelar sarjana di fakultas pertanian
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

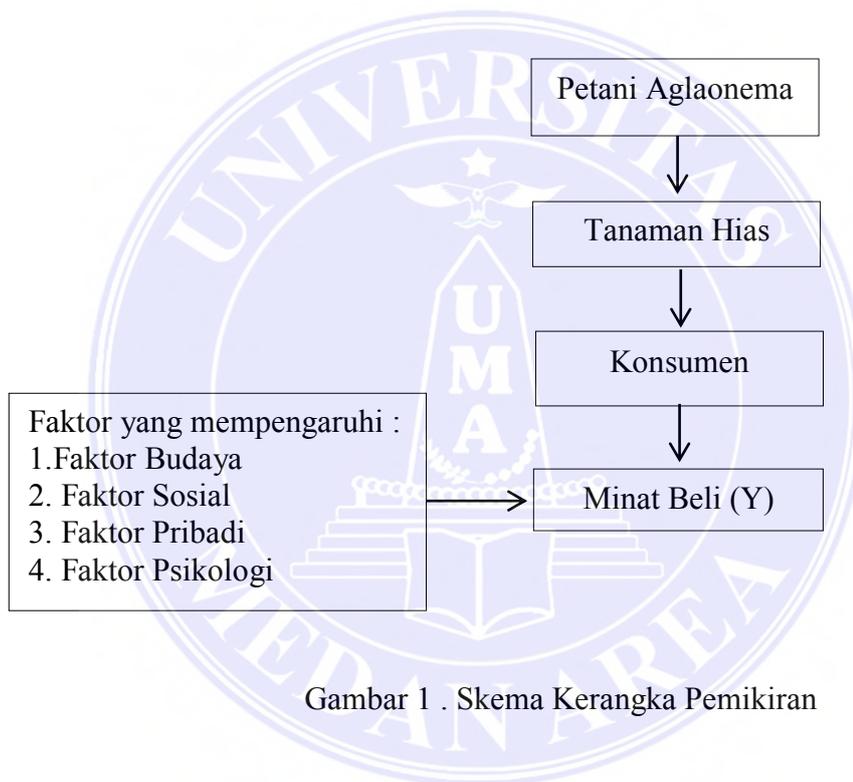
Petani tanaman hias *Aglaonema* merupakan orang yang melakukan usahatani tanaman hias sebagai mata pencahariannya dimana tanaman hias merupakan komoditi tanaman yang bukan untuk dikonsumsi hasilnya melainkan untuk diambil keunikan dan keindahannya.

Tanaman Hias *Aglaonema* adalah jenis tanaman hias daun yang populer bahkan dijuluki sebagai Ratu Daun yang mampu menarik perhatian pecinta tanaman hias lantaran kecantikan bentuk dan warnanya yang eksotis tanaman ini dapat memperindah lingkungan sehingga susasan jadi lebih menarik dan artistik.

Berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi maka minat beli konsumen berkaitan dengan kecenderungan sikap konsumen yang tertarik terhadap suatu barang untuk mengambil tindakan yang

berhubungan dengan pembelian dengan tingkat kemungkinan sampai kemampuan untuk membeli suatu barang dan jasa. Adapun Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi.

Berdasarkan uraian di atas maka disimpulkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini bisa dilihat secara lengkap pada Bagan 1.



Gambar 1 . Skema Kerangka Pemikiran

1.6. Hipotesis

Hipotesis adalah penjabaran sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu :

H₁: Diduga Faktor Budaya sosial psikologi dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

H₂ : Diduga adanya faktor pribadi , sosial , psikologi dan budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman *Aglaonema*

Tanaman *Aglaonema* merupakan bunga dengan nama latin *Aglaonema sp.* atau di Indonesia tanaman hias ini lebih dikenal dengan sebutan Sri Rejeki *Aglaonema*. Bunga *Aglaonema* ini berasal dari Asia Tenggara dan ada sebagian varietas dari bunga tersebut berasal dari Indonesia. Kata *Aglaonema* berasal dari kata *Aglos* yang merupakan bahasa Yunani. *Aglos* artinya adalah sinar dan *nema* artinya adalah benang, sehingga *Aglaonema* dapat diartikan sebagai benang yang bersinar.

Dalam sistematika (Taksonomi) tumbuhan, kedudukan tanaman hias *Aglaonema* diklasifikasikan sebagai berikut:

Kingdom : Plantea
Subkingdom : Spermatophyta
Superdivisi : Spermatophyta
Divisi : Magnoliophyta
Kelas : Liliopsida
Subkelas : Arecidae
Ordo : Arales
Famili : Araceae
Genus : *Aglaonema*
Spesies : *Aglaonema crispum*

Tanaman *Aglaonema* didunia diperkirakan memiliki hampir 8000 jenis *Aglaonema* yang terdiri dari *Aglaonema* spesies maupun hasil persilangan (hibrida) (Gusadha, 2011).

2.1.1 Beberapa Jenis Tanaman *Aglaonema*

Menurut Leman (2008), di alam *Aglaonema* terdapat hingga 30 spesies, Beberapa jenis dari bunga tersebut umumnya mempunyai warna daun yang dominan hijau sehingga kurang menarik. Dengan ditemukannya teknik-teknik baru yang dilakukan oleh Dr. R. J. Henny dan E. M. Rasmussen khususnya dalam menghasilkan bunga yang menarik dapat dilakukan dengan cara persilangan. Dari hasil persilangan maka dapat diperoleh bunga dengan warna daun yang lebih cantik. Tanaman hias *Aglaonema* hasil persilangan terdiri dari dua jenis yaitu *Aglaonema* paten dan *Aglaonema* non paten. Perbedaan antara kedua bunga tersebut adalah *Aglaonema* paten telah didaftarkan pada hak paten oleh penyalangannya sehingga perbanyakan tanaman harus seijin penyalangannya, sedangkan *Aglaonema* non paten tidak didaftarkan pada hak paten oleh penyalangannya.

1. *Aglaonema* Spesies

Aglaonema spesies merupakan *Aglaonema* yang ditemukan atau terdapat di alam. Umumnya dan hanya beberapa yang mempunyai corak dan hanya satu satunya yang berwarna merah, yaitu *Aglaonema rotundum*. Umumnya *Aglaonema* ini dikenal sekitar abad ke-18 dan ke-19 (Leman, 2008). Beberapa contoh *Aglaonema* spesies anantara lain:

a. *Aglaonema rotundum*

Tempat asalnya hutan-hutan sekitar gunung Leuser, Sumatera Utara dicirikan batang tegak keatas tangkai pendek sehingga berpengaruh kompak, daun bulat telur berwarna hijau tua gelap, sedangkan bagian bawah daun berwarna merah (Redaksi PS, 2008).

b. *Aglaonema brevispathum*

Tanaman ini berasal dari Asia Tenggara. Cukup populer dengan sebutan beras tumpah karena bintik-bintik hijau dan putih menyebar secara merata di sekujur daun. Daun berukuran sedang dengan bentuk seperti tombak. Tangkai panjang berwarna hijau tumbuh ke kanan dan ke kiri secara tidak beraturan (Redaksi PS, 2008).

c. *Aglaonema comuttatum*

Banyak tumbuh di hutan di Filipina sosoknya rimbun, batang tegak dan cabang ke kanan dan ke kiri secara teratur. Tangkai pendek sehingga tampil kompak daun berukuran cukup besar, bentuk bulat memanjang warna hijau mengkilap (Redaksi PS, 2008).

d. *Aglaonema Crispum*

Aglaonema ini termasuk tipe tanaman yang tumbuh tegak. Tangkai daun panjang tersusun secara teratur di batang. Ukuran daun besar berbentuk elips dengan ujung meruncing. Bercak putih menyebar ke permukaan daunnya yang gelap (Redaksi PS, 2008).

e. *Aglaonema modestum*

Penyebaran di daratan Cina, Laos, dan Thailand daunnya memanjang berbentuk seperti tombak meruncing pada ujung berukuran sedang, tangkai daun pendek tersusun secara teratur di batang sehingga tampil kompak (Redaksi PS, 2008).

f. *Aglaonema nitidum*

Tanaman ini menyukai lokasi yang termaungi. Penyebarannya mulai dari Malaysia, Sumatera dan Kalimantan termasuk jenis yang tumbuh tegak .

Daunnya lebar berbentuk lonjong dengan pangkal daun mengecil. Tangkai daun agak memanjang tersusun secara beraturan melekat pada batang. Hal yang menarik adalah perpaduan warna hijau dan putih kekuningan pada daunnya (Redaksi PS, 2008)

g. Aglaonema pictum

Tumbuh subur didaerah berketinggian 1.000 m dpl keatas. Banyak dijumpai disumatera utara. Ciri-cirinya, batang tegak setinggi 50 cm. Daun berbentuk oval dan elips, dengan ujung tumpul kadang jugak runcing. Bercak daun tidak beraturan ,warna hijau terang dan keperakan (Redaksi PS, 2008).

2. Aglaonema Hibrida

Menurut Leman (2008) Aglaonema hibrida adalah tanaman yang dihasilkan dari hasil persilangan anatara dua macam Aglaonema. Umumnya penyilangan melakukan hal ini untuk mendapatkan jenis yang mempunyai sosok lebih tahan terhadap penyakit. Bunga Aglaonema hibrida terdiri dari dua jenis yaitu Aglaonema paten dan non paten.

Aglaonema paten (Patented Aglaonema) merupakan Aglaonema silangan (hibrida) yang mempunyai hak paten ,seperti komoditas atai hak ciptan lainnya pemegang hak paten adalah orang pertama yang menghasilkan tanaman tersebut perkembang biakan atau perbanyak tanaman dapat dilakukan orang tersebut atau orang lain dengan membayar sejumlah royalti kepemegang hak paten (Leman, 2008).

Aglaonema non paten merupakan Aglaonema silangan yang tidak terdaftar atau tidak dipatenkan. Umumnya Aglaonema ini tidak diberi nama, Aglaonema non paten biasanya tidak diperbanyak secara massal dan dijual dengan harga

tinggi setinggi tingginya tergantung keunikan warnanya (Leman, 2008). Beberapa contoh Aglaonema hibrida sebagai berikut:

a. *Aglaonema chao praya*

Aglaonema ini berasal dari Thailand. Warna merah merona menyelimuti sekujur daun. Di setiap daun dihiasi bintik-bintik hijau tampak memikat . Ukuran daun sedang .berbentuk elips dengan ujung runcing, serta agak bergelombang terlihat gemulai dan luwes. Sosoknya kompak karena tangkai pendek dan susunan bagus sehingga sedap dilihat dari atas atau samping (Redaksi SP, 2008).

b. *Aglaonema pride of sumatera*

Aglaonema ini berasal dari Indonesia. Daun diselimuti warna kuning cemerlang dan merah cerah dengan sapuan warna hijau. Tulang daun merah terlihat kontras karena langka sehingga menjadi koleksi yang membanggakan (Redaksi PS, 2008).

c. *Aglaonema putri*

Aglaonema ini berasal dari Thailand, sosoknya memikat warna daun perpaduannya antara merah cerah dan pink tua sehingga kontras. Bintik-bintik hijau menamba kemolekannya . Daun sempit seperti mata tombak dengan tangkai sangat pendek terlihat kompak (Redaksi PS, 2008).

d. *Aglaonema Red Majesty*

Aglaonema ini berasal dari Thailand. Warna merah merona tampak mendominasi dipermukaan daun. Bercak-bercak hijau yang muncul di pinggir daun ada pula bintik-bintik memperindah penampilannya. Daun berbentuk bulat dan agak bergelombang . Susunan tajuk terlihat kompak karena tangkai daunnya pendek (Redaksi PS, 2008).

e. *Aglaonema Red Jewel*

Aglaonema ini berasal dari Thailand. Semburat warna merah darah memadati tulang daun hingga urat daun. Bintik-bintik hijau cerah menyebar merata ke seluruh daun (Redaksi PS, 2008).

f. *Aglaonema Adelia*

Aglaonema ini berasal dari Indonesia. Adelia diambil dari angelis, salah satu kolektor Tanaman hias di Filipina, warna daun didominasi hijau gelap, sementara dibagian bawah daun merah. Semburat merah diurut daun berpadu dengan warna hijau motif batiknya berupa bintik bintik kecil sangat bagus. (Redaksi PS, 2008).

g. *Aglaonema Compact*

Aglaonema ini berasal dari Thailand. sekujur daun diselimuti warna hijau pekat. Tulang berwarna pink lembut muncul dari pangkal hingga keujung daun, yang menarik adalah tajuknya kompak karena tangkai daun sangat pendek (Redaksi PS, 2008).

h. *Aglaonema golden fantasy*

Aglaonema ini berasal dari Thailand. tulang daun berwarna kuning keemasan yang lembut. Sementara daunnya diselimuti warna silver dengan bercak bercak hijau sehingga tampak lebih menarik. Daun memanjang agak menjuntai tangkai pink muda, kekar dan susunan bagus (Redaksi PS, 2008).

i. *Aglaonema Evita*

Aglaonema ini berasal dari Indonesia. daun berwarna hijau dengan tulang daun warna merah sehingga tampak kontras. Semburat kuning pada urat daun

mempermudah penampilannya. Daun berukuran sedang dengan tangkai pendek (Redaksi PS, 2008).

j. *Aglaonema sexy pink*

Aglaonema ini berasal dari Indonesia. Sosoknya seksi tidak jangkung atau bongsor, tangkai agak panjang kokoh tersusun bagus dan simetris, Warna pink menyelimuti seujur daun yang dihiasi sedikit bintik-bintik merah muda dan hijau lembut, warna itu akan memudar saat hari menjelang gelap seperti *spotlight* sangat sedap dipandang saat sore hari (Redaksi PS, 2008).

Tanaman *Aglaonema* merupakan salah satu jenis tanaman hias daun yang keindahannya terletak pada bentuk, corak dan warna daunnya tanaman ini berasal dari negara Asia, salah satunya adalah Indonesia. Dihilir aslinya, tanaman ini hidup di hutan dengan pencahayaannya yang terbatas. Pengembangan tanaman *Aglaonema* di Indonesia dimulai tahun 1980 yang menghasilkan dua *Aglaonema* hibrida yakni *Pride of Sumatera utara* dan *Donna Carmen* (Leman, 2004).

Aglaonema lokal merupakan sebutan untuk *Aglaonema* spesies asli yang hanya tumbuh (endemik) di Indonesia serta semua silangan yang dilakukan di Indonesia serta semua silangan yang dilakukan di Indonesia oleh para pemulianya, *Aglaonema* lokal ini sering dipandang sebelah mata oleh sebagian orang. Mereka lebih membanggakan *Aglaonema* yang diimpor dari negara tetangga, terutama dari Thailand, padahal seharusnya *Aglaonema* lokal biasa lebih dibanggakan dari pada dengan *Aglaonema* dari Negara lain, karena keindahan coraknya tidak kalah menarik, bahkan sebagian *Aglaonema* lokal memiliki warna dan pola corak yang sangat indah dan menawan seperti *Aglaonema Rotundum* (spesies) dan *Aglaonema hibrid* (Gregori, 2006).

Menurut catatan para pengamat *Aglaonema* di Indonesia terdapat tiga spesies *Aglaonema* yang tumbuh di alam bebas dengan varietas corak yang berbeda ketiga spesies ini adalah *Aglaonema rotundum*, *Aglaonema pictum* dan *Aglaonema vitatum*.

Sebagaimana umumnya bunga *Aglaonema* merupakan tanaman monokotil yang memiliki akar serabut, dimana akar serabut tersebut merupakan sarana tanaman untuk memperoleh air dan unsur hara dari dalam tanah yang dapat menopang pertumbuhannya. Warna tanaman *Aglaonema* memiliki warna putih yang banyak mengandung air jika tanaman baik, tetapi jika pertumbuhannya kurang air warna akar menjadi coklat dan kurus (Subono dan Andoko, 2005).

Pada umumnya perkiraan orang bahwa bunga *Aglaonema* memiliki batang yang semu, karena bunga tersebut terlihat hanya merupakan bagian pelepah yang saling menutupi, akan tetapi sebenarnya bunga *Aglaonema* memiliki batang yang pendek dengan awarna hijau, merah dan putih. Batang *Aglaonema* memiliki banyak buku, tidak berkayu dan cenderung berair (Junaedhie, 2006). Umumnya *aglaonema* spesies memiliki daun dengan warna hijau dengan corak hijau kehitaman. Pada saat ini banyak *aglaonema* yang sudah memiliki hibrida warna daun lebih warna yang bervariasi seperti hijau muda, putih, hijau tua, merah tua, merah muda dan kuning. Bentuk dan ukuran daun bermacam-macam tergantung dari jenisnya. Permukaan daun rata dan licin, tidak berbulu. Tepi daun rata. Daun mempunyai tangkai dan pelepah yang memeluk dan menutupi batang sehingga secara umum batang tanaman tidak tampak (Budianto, 2010).

Pada umumnya bunga yang muncul dari ketiak daun, bentuk bulir, berwarna putih. Bunga pada umumnya ditutupi oleh seludang berwarna yang memiliki warna putih kehijauan. Bila tidak dilakukan penyilangan, bunga sebaiknya dipetik agar zat hara yang terserap tidak dipergunakan untuk pertumbuhan bunga, tetapi untuk pembentukan daun. Pada umumnya, daun baru akan berukuran lebih kecil bila bunga dibiarkan tumbuh. Bunga aglaonema terdiri dari spatula dan spadiks, spatula merupakan seludang bunga. Spatula ini masih dalam posisi membungkus spadiks (bunga) sampai bunga tersebut terbuka. Tingkat atau derajat terbukanya spatula juga berbeda-beda untuk setiap jenis. Bunga jantan (staminate) terletak di posisi atas spadiks, sedangkan bunga betina (pistillate) terletak di bagian bawah. Semua Aglaonema sp. mempunyai tipe bunga yang sama. Perbedaannya hanya pada bentuk dan ukuran spatula dan spadiks (Sudaryanto, 2007).

Setelah penyerbukan berhasil, bakal buah akan menjadi buah-buah berbentuk lonjong seperti buah melinjo. Mula-mula buah Aglaonema berwarna hijau, tetapi pada perkembangannya akan berubah menjadi putih, kuning dan setelah matang berwarna merah. Dari terbentuknya buah sampai matang memerlukan waktu sekitar empat bulan. Setelah matang dan berwarna merah, daging buah mudah dikupas dan bisa diperoleh biji berwarna coklat yang siap disemaikan menjadi tanaman baru (Subono dan Andoko, 2005).

Bila terjadi pembuahan, bunga akan berkembang menjadi buah. Pada mulanya, buah akan berwarna hijau dan semakin tua akan berubah menjadi merah.

Kulit buah yang telah berwarna merah akan mudah dikupas di dalamnya terdapat biji yang berwarna coklat (Budianto, 2010).

2.1.2 Petani Tanaman Hias (*Aglaonema*)

Aglaonema adalah jenis tanaman hias daun yang cukup populer dikalangan pecinta tanaman hias bisnis tanaman hias tidak kalah prospeknya dengan tanaman pangan, jika tanaman pangan menjanjikan keuntungan yang konstan lain ceritanya dengan bisnis tanaman hias. Usaha tanaman hias sangat prospektif bagi masyarakat atau petani yang ingin mengembangkan usaha tanaman hias *Aglaonema* terutama dalam segmen pasar menengah keatas. Menurut pengakuan ibu yang berjualan tanaman hias atau yang sudah menjadi petani tanaman hias *Aglaonema* pekerjaan ini sangat cocok untuk dilakukan karena yang timbul dari hobby. Itulah pendapat beberapa petani yang sukses membudidayakan *Aglaonema* di desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa menjadi motivasi utama setiap para pelaku usaha pertanian. Jika hobby merawat tanaman hias maka akan memiliki potensi menjadi petani *Aglaonema* yang sukses dalam mengembangkan usaha tanaman hias.

2.1.3 Usaha Tanaman Hias

Penggunaan tanaman hias kini telah menjadi trend masyarakat modern yang tinggal di perkotaan. Tanaman hias tidak hanya digunakan sebagai dekorasi ruangan dan lingkungan sekitar melainkan juga dimanfaatkan sebagai simbol menyatakan perasaan suka maupun duka selain itu hobby bertanam tanaman hias tak jarang menjadi inspirasi bagi seseorang untuk memulai bisnis, terbukti banyak bisnis tanaman hias dimulai karena pemiliknya memang memiliki hobi atau memiliki minat di bidang ini.

Permintaan tanaman hias yang cukup pesat berdampak pada peningkatan kegiatan produksi yang terjadi didesa Bangun Sari kegiatan produksi tersebut perlu terus didorong agar pelaku usaha tanaman hias *Aglaonema* memberi kontribusi besar terhadap perekonomian nasional saat ini *Aglaonema* menjadi salah satu tanan yang paling populer, setelah pengenalan hibrida-hibrida baru hasil persilangan secara komersial. Hibrida tersebut memiliki daun dengan corak yang beragam. Tidak mengherankan bila tanamn ini harganya mencapai jutaan rupiah pertanaman sehingga menjadi peluang bisnis yang besar untuk membudidayakan usaha tanaman hias bagi pelaku usaha tanaman hias *Aglaonema*.

2.1.4 Konsumen

Konsumen merupakan orang yang memakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain. Dalam hal ini konsumen dapat dikelompokkan yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah distributor agen dan pengecer mereka membeli barang bukan untuk dipakai melainkan untuk diperdagangkan sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir yang dimaksud adalah memperoleh barang atau jasa yang bukan untuk dijual kembali. Melainkan untuk digunakan bagi kepentingan diri sendiri (Tatik Suryani, 2003)

2.2 Minat Beli Konsumen

2.2.1 Pengertian Minat Beli Konsumen

Minat adalah salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap keputusan yang akan dilakukan dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang hendak mereka lakukan. Menurut Assael minat adalah suatu

kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek . Minat konsumen merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmen untuk melakukan tindakan pembelian atau kegiatan penggunaan suatu barang atau jasa .Minat beli merupakan bagian terpenting dari seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian.

Definisi minat beli dari simamora (dalam Murtadana, 2014) adalah sikap yang berhubungan tentang suatu objek dengan serangkaian kekuatan atau dorongan untuk melakukan suatu tindakan tertentu untuk memperoleh atau mendapatkan objek tersebut.

Sciffman dan Kanuk (dalam Adi, 2015) menyatakan bahwa minat beli adalah sikap konsumen yang senang terhadap objek yang diinginkan yang dilakukan dengan cara membayar atau melakukan pengorbanan untuk mendapatkan objek tersebut. Menurut Brigne, Ekince, Alampay, dan Rosen menyatakan bahwa adanya kecenderungan seseorang terhadap minat memiliki suatu produk barang atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri :

1. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk barang atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.
2. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk

membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

3. Menceritakan hal yang positif, konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.
4. Kecenderungan untuk merekommendasikan konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekommendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanyai konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekommendasikan kepada konsumen lain.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli

Super dan Crites (Lidyawatie, 1998) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

2.2.3 Indikator Minat Beli

- a. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen yang membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku Seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Menurut Kotler (2016) minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya dari sana timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya. Minat beli konsumen akan timbul dengan sendirinya jika konsumen sudah merasa tertarik atau memberikan respon yang positif terhadap apa yang diawarkan oleh penjual. Sedangkan menurut Ali Hasan. Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merk tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang. Minat beli dimasa mendatang sangat dipengaruhi dengan pengalaman konsumen yang berkaitan dengan harga, merek, promosi, iklan dan rantai pasokan (*mix*) layanan suasana dan lokasi.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa perilaku membeli dipengaruhi oleh empat faktor yaitu :

a. Faktor Kebudayaan

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, sub-budaya dan kelas sosial.

1). Budaya.

Budaya adalah karakteristik yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki

makna untuk berkonsumsi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

2). Sub-budaya.

Sub-budaya adalah budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub-budaya mencakup : kebangsaan, kelompok, ras, agama, dan geografis.

3). Kelas sosial

Merupakan bagian-bagian yang secara relative permanen dan tersusun dalam masyarakat yang anggota- anggotanya memiliki nilai, kepentingan atau minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial adalah : “Divisi/kelompok yang relatif homogeny dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarkis dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

Kelas sosial kadang-kadang berupa suatu sistem kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda untuk peranan-peranan tertentu yang tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka kelas sosial diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, penghasilan, pendidikan, kekayaan, dan variable lainnya.

b. Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran status sosial konsumen.

1). Kelompok referensi.

Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau

perilaku seseorang Beberapa diantaranya adalah seperti keluarga, teman dan tetangga.

Kelompok referensi pada umumnya dipengaruhi oleh tiga cara. Kelompok pertama adalah kelompok referensi memperlihatkan perilaku dan gaya hidup baru. Kedua mereka mempengaruhi sikap dan jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin menyesuaikan diri. Ketiga mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk pada merek seseorang.

2). Keluarga

Merupakan peranan yang paling besar pada tingkah laku, sikap dan pendapat seseorang dalam berkomunikasi sehari-hari. Hal ini disebabkan keluarga adalah kelompok yang pertama kali membina sikap dasar seseorang, selain itu dalam pembelian suatu produk barang atau jasa, sangat dipengaruhi oleh adanya keluarga. Orientasi keluarga menunjukkan keterlibatan suami istri serta anggota keluarga lainnya dalam pengambilan keputusan.

Dalam kehidupan pembeli terdapat dua jenis keluarga yaitu keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Keluarga orientasi merupakan orang tua seseorang, dimana dari orangtua tersebutlah anak-anak mereka memperoleh pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi nilai pribadi nilai harga diri dan cinta, sedangkan keluarga prokreasi merupakan keluarga pasangan hidup anak. Artinya organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat adalah keluarga. Dalam hal ini pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting.

3). Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi karakteristik pribadi seperti umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, keperibadian dan konsep diri. Sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya. Keperibadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, keramahan atau suka bergaul, defensif dan kemampuan beradaptasi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor keperibadian dari konsumen yang bersangkutan. Adapun faktor-faktor tersebut adalah :

1). Umur dan tahap siklus hidup

Umur dan tahap siklus hidup adalah tahap-tahap yang akan dilalui manusia dari mulai dari kanak-kanak, dewasa, hingga tua. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2). Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga akan memengaruhi penghasilan orang tersebut dan akan berdampak pada konsumsinya, sehingga perusahaan akan melakukan spesialisasi dalam menawarkan produknya. Dalam hal ini pemasar selalu

mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu yang akan dijadikan sebagai tujuan pasar.

3). Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi merupakan keadaan ekonomi dari seseorang yaitu pendapatan yang dapat dibelanjakan baik dari tingkatannya, stabilitasnya dan polanya, memiliki tabungan dan harta yang mudah dijadikan uang dan memiliki kemampuan untuk meminjam, serta sikap mengeluarkan lawan menabung.

Pembelian atas suatu barang dan jasa tidak akan lepas dari kondisi ekonominya. Dimana dengan kondisi ekonomi yang memadai seseorang dapat menunjukkan kemampuan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Menurut hukum Engel atau menyatakan bahwa bila pendapatan tumbuh di atas suatu batas minimum tertentu, pengeluaran untuk makanan sebagai persentase terhadap pendapatan total menurun, walaupun jumlah pengeluaran absolut untuk makanan tetap atau meningkat.

4). Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menunjukkan sesuatu yang lebih berkelas sosial gaya hidup juga melukiskan keseluruhan orang yang berintegrasi dengan lingkungannya.

5). Konsep diri

Konsep diri adalah cara pandang seseorang terhadap sendirinya pengetahuan konsep diri ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan kualitas produk sendiri ataupun tujuan periklanan. Dengan demikian tujuan mempergunakan teori konsep diri dalam kaitannya

perilaku konsumen adalah membandingkan antara deskripsi konsep diri yang dibuat dengan keterkaitan akibat adanya periklanan dan merek.

d. Faktor Psikologis

Faktor keempat yang memengaruhi perilaku konsumen adalah psikologis. Faktor psikologis yang merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seorang konsumen.

1). Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

2). Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia.

3). Proses belajar .

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Perubahan perilaku tersebut bersifat tetap dan fleksibel. Hasil belajar akan memberikan tanggapan tertentu perilaku yang dipelajari bukan hanya perilaku yang tampak akan tetapi emosi, sikap, kepribadian yang sifatnya tidak tampak pun dipelajari.

4). Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Kepercayaan ini merupakan citra produk dan merek. Sedangkan

sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Andri Yunan (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Rokok Dalam Prespektif Ekonomi Islam “ Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel faktor psikologi dan pribadi sangat berpengaruh terhadap minat beli sedangkan faktor sosial dan budaya tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya dan sosial tidak mempengaruhi minat beli konsumen karena nilai probabilitas masing-masing 0,3738 dan 0,3831 atau diatas 0,05 sedangkan probabilitas variabel pribadi dan psikologi masing masing 0,0065 dan 0,0221 sehingga dapat disimpulkan faktor pribadi dan faktor psikologi mempengaruhi minat beli terhadap rokok , jadi dapat disimpulkan dari hasil pengolahan data faktor budaya dan sosial tidak mempengaruhi terhadap minat beli konsumen terhadap rokok , kemampuan faktor budaya , sosial ,pribadi dan psikologis,mempengaruhi minat beli sebesar 0,463047 atau sebesar 46% dilihat dari nilai *R-Square*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Hetty Sri Wardani (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang” Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga sangat

berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen muslim pada jaizah boutique tlogosari semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan atau bersama sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen muslim pada jaizah *Boutique* tlogosari Semarang dibuktikan dari hasil analisis data pada tabel uji koefisien determinasi (R^2) terlihat bahwa *R Square* adalah sebesar 0,118 ini artinya bahwa variasi perubahan variabel minat beli (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sebesar 12% jadi besarnya dipengaruhi kualitas produk dengan harga terhadap minat beli adalah sebesar 12% sedangkan sisanya 88% dipengaruhi faktor lain dari luar penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yatiman (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchideaceae) Di Tempat Usaha Yusra fan Windha –Wan Florist" Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran faktor harga, produk lokasi dan promosi sangat berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil pengujian *Keiser Mayer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian anggrek ditempat usaha Yusra dan Windha-Wan Florist yaitu variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mempengaruhi keputusan konsumen dimana nilai masing-masing variabel melebihi kriteria yaitu $>0,05$. Dalam pengujian KMO-MSA pada variabel bauran pemasaran yaitu faktor

produk, faktor harga, promosi dan lokasi dipengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen karena melebihi kriteria $>0,5$ yaitu faktor produk 0,528 harga 0,580, promosi 0,516 dan lokasi 0,600

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nanda Bella (2016) Dalam Penelitiannya yang berjudul. “ Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Ditoko Online “ Penelitian Ini Bertujuan Untuk Menganalisis pengaruh Reputasi (Reputation), Kualitas Website (Website Quality) dan Kepercayaan (Trust) terhadap Minat Beli (Purchase Intention) pada toko online Lazada.co.id. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Lazada.co.id yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini diambil secara purposive sampling dengan kriteria tertentu dan menggunakan rumus iterasi sehingga didapat jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan melakukan analisis model pengukuran (outer model) terdiri dari uji validitas convergent dan uji reliabilitas, kemudian analisis model struktural (inner model) dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reputasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli, namun reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi; variabel kualitas website berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli, namun kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung yang ditentukan secara sengaja (*purposive*). Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah karena desa Bangun Sari merupakan salah satu desa yang sebagian besar penduduknya bermata pencarian dari tanaman hias dan menjadi salah satu dari ikon daerah Kecamatan Tanjung Morawa sesuai dengan informasi dari kepala desa pada pra survei penelitian. Salah satu jenis tanaman yang ada adalah *Aglaonema*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juli 2021.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari petani tanaman hias *Aglaonema* di daerah penelitian. Berdasarkan data hasil Pra survey yang dilakukan pada tanggal 24 Februari 2020 bahwa populasi petani tanaman hias *aglaonema* yang berada di daerah penelitian sebanyak 67 petani.

Teori Bailey yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik, ukuran responden paling minimum adalah 30 responden (Sugianto, 2003). Oleh sebab itu, berdasarkan teori Bailey untuk mewakili populasi peneliti mengambil 30 petani tanaman hias *Aglaonema* di daerah penelitian dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen tanaman hias *Aglaonema* dari 30 petani sampel yang sedang membeli tanaman hias *Aglaonema* pada saat penelitian di lokasi. Penentuan sampel konsumen dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu 3 konsumen dari setiap petani sampel dan sampel didapat dari petani penjual

ranaman hias *Aglaonema*. Maka jumlahnya menjadi 90 konsumen Tanaman Hias *Aglaonema*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) terlampir kepada petani tanaman hias di daerah penelitian. 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 serta publikasi Badan Pusat Statistik. 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, Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal menurut Sugiyono (2010) adalah skala pengukuran yang tidak hanya mengatakan kategori tetapi juga mengatakan peringkat konstruk yang diukur, Kuesioner ini terdiri dari informasi tentang identitas responden, beberapa item dan sub item yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap penjualan tanaman hias di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.
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 dikejakan secara sistematis dan berlandasan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informan yang dibutuhkan.
4. Studi pustaka yaitu catatan atau dokumentasi resmi tertulis dan dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik dan lembaga lain yang ada kaitannya dengan penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

Tujuan penelitian yang pertama yaitu mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* akan dianalisis secara deskriptif (kualitatif). Menurut (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa metode kualitatif meliputi metode survey dan metode eksperimen yaitu digunakan untuk mengetahui gambaran umum konsumen tanaman hias *Aglaonema* yang ada di lokasi penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan cara tabulasi sederhana, sehingga data dapat diinterpretasikan dengan cara lebih mudah dan lebih baik.

Untuk menjawab tujuan penelitian kedua yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dilakukan dengan model persamaan regresi linear berganda. Sebelum pengujian uji regresi linier berganda dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik terhadap data yang diperoleh yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut maka dapat diketahui apakah data yang digunakan dalam uji tersebut berdistribusi normal, memiliki linieritas yang baik, memiliki kolinearitas atau tidak

dan memiliki heterokedastisitas (Ghozali, 2011). Pengolahan data pada uji regresi linier berganda ini dilakukan dengan bantuan software SPSS 22.

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan agar memperoleh model regresi yang dapat dipertanggungjawabkan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, multikolaritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

a. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat Grafik Histogram dari residualnya atau dari Grafik Normal P-P Plot. Jika data pada Grafik Histogramnya menunjukkan pola distribusi normal atau data pada Grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Priyatno, 2011).

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2001).

- Data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya hal tersebut menunjukkan bahwa data distribusi normal, sehingga model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.
- Data yang menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selanjutnya untuk meyakinkan interpretasi dari grafik maka dilakukan uji statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai sig. $> \alpha = 5\%$ maka residual berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antara variabel X dan Y yang bisa dilakukan, sebagai berikut :

- 1) Plot antara residu (e) versus $Y - \text{topi}$. Jika gambar yang diperoleh pada scatter diagram (diagram pencar) dalam arti tidak berpola maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi misspesifikasi pada fungsi regresi, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel X dan Y adalah linier.
- 2) Jika plot menggambarkan hubungan antara variabel X dan Y adalah garis lurus maka asumsi pertama ini telah terpenuhi.
- 3) Jika plot menggambarkan diagram pencar maka linieritas ini sudah terpenuhi.

c. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat adanya korelasi antar variabel-variabel bebas dalam penelitian (Ghozali, 2001). Model regresi yang baik dan yang diharapkan yaitu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas dalam penelitian. Untuk mengetahui variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat diketahui dengan membandingkan nilai tolerance yang lebih kecil dari 0,1 atau dengan membandingkan nilai VIF yang lebih besar dari 10.

d. Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat

ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (Y prediksi – Y yang sesungguhnya) yang telah terlebih dahulu distandardized (Ghozali, 2001). Pengambilan keputusannya adalah :

- Adanya pola tertentu, yaitu titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka hal tersebut menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda dilakukan untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Persamaan regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefesien regresi

X_1 = Faktor budaya

X_2 = Faktor sosial

X_3 = Faktor pribadi

X_4 = Faktor psikologi

e = Standar error

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen variabel) secara bersama sama terhadap variabel terikat (variabel dependen).

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H_0 : Variabel bebas secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

H_1 : Variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat .

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , yaitu dengan kriteria :

- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak : H_1 diterima

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima: H_1 ditolak

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2006).

Pengujian parsial dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam suatu penelitian secara individual (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas dalam penelitian tersebut dengan asumsi bahwa variabel yang lain yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah konstan.

Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \beta_i / S\beta_i$$

Dimana :

t : mengikut fungsi t dengan derajat kebebasan (df)

β_i : koefesien regresi masing-masing variabel

$S\beta_i$: standart error masing-masing variabel

Uji t digunakan untuk menguji nyata atau tidaknya pengaruh variabel bebas (Independent variabel) secara individu terhadap hipotesis yang diajukan adalah :

$H_0 : \beta_i = 0$

Artinya variabel bebas secara individu tidak berepengaruh terhadap variabel terikat.

$H_1 : \beta_i \neq 0$

Artinya variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat .

Pengujian hipotesis dapat dilalukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t -tabel yaitu dengan kriteria :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak : H_1 diterima.

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima : H_1 ditolak.

d. Uji R-squared Uji R^2

Menurut Ghozali (2012) koefesien determinasi uji R^2 untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefesien determinasi berada pada kisaran nol hingga satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas dan sebaliknya jika nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Menurut Gujarati (2001) bahwa rumus untuk uji R^2 adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien Determinasi

ESS = *Explained Sum Squared* (jumlah kuadrat yang dijelaskan)

TSS = *Total Sum Square* (jumlah total kuadrat)

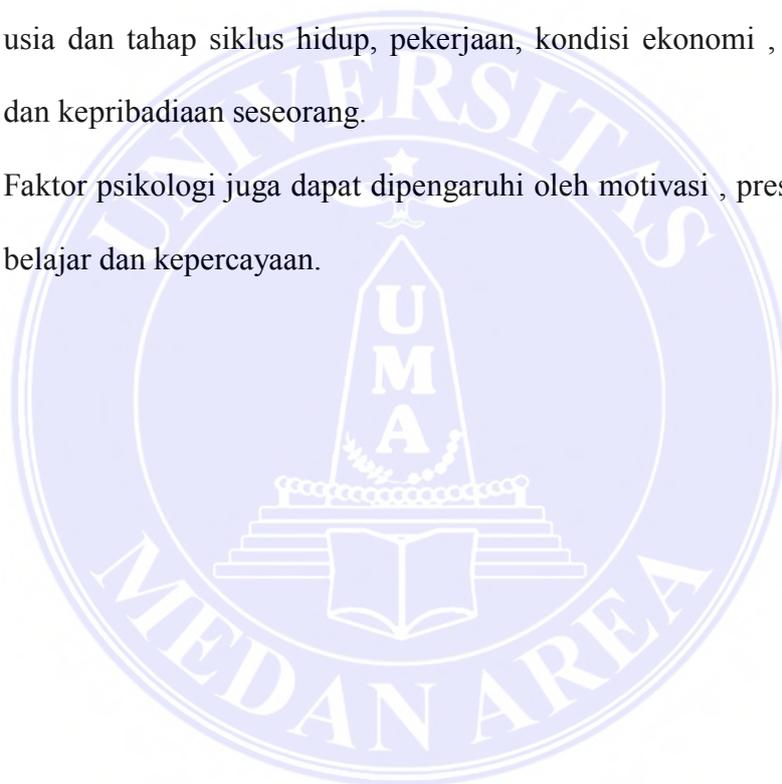
3.5 Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalahpahaman maka akan diuraikan beberapa defenisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Petani *Aglaonema* Yaitu petani yang membudidayakan tanaman hias *Aglaonema* serta menjual tanaman hias *Aglaonema* dilokasi penelitian.
2. Tanaman Hias *Aglaonema* Yaitu jenis tanaman yang bernama latin *Aglaonema sp.* yang dibudidayakan dilokasi penelitian dan merupakan objek penelitian.
3. Konsumen tanaman hias *Aglaonema* adalah konsumen yang tujuannya membeli tanaman hias *Aglaonema* dilokasi penelitian.
4. Minat beli konsumen merupakan mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan melakukan pembelian.
5. Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar , Perilaku manusia akan sangat dipengaruhi oleh

kebudayaan dimana ia bertempat tinggal dan pengaruh tersebut akan terus ada dan terus berubah mengikuti perkembangan jaman Dalam penelitian ini.

6. Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku konsumen . Yang dimaksud dengan faktor sosial adalah kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial.
7. Faktor pribadi juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi , gaya hidup dan kepribadian seseorang.
8. Faktor psikologi juga dapat dipengaruhi oleh motivasi , persepsi proses belajar dan kepercayaan.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Minat beli konsumen terhadap *Aglaonema* di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang adalah tinggi yaitu sebesar 40,00%.
2. Secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap *Aglaonema* dengan nilai F-hitung sebesar $26,882 > F\text{-tabel} (2,48)$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Secara parsial faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap *Aglaonema*, sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, petani *Aglaonema* perlu memperhatikan faktor lokasi, fasilitas, harga dan kualitas yang dihasilkan.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel bebas yang lebih banyak seperti kelas sosial, kelompok referensi kecil, keluarga, pengalaman, kepribadian dan sikap konsumen terhadap *Aglaonema*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, S. 1995. *Hortikultura Aspek Budidaya*. UI-Press. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Provinsi Sumatra Utara dalam angka 2014*. Badan Pusat Statistik Medan.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Provinsi Sumatra Utara dalam angka 2015*. Badan Pusat Statistik Medan.
- Badan pusat Statistik. 2016. *Provinsi Sumatra Utara dalam angka 2016*. Badan Pusat Statistik Medan.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Provinsi Sumatra Utara dalam angka 2017*. Badan Pusat Statistik Medan.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2014*. Badan Pusat Statistik Deli Serdang.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2015*. Badan Pusat Statistik Deli Serdang.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2016*. Badan Pusat Statistik Deli Serdang.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2017*. Badan Pusat Statistik Deli Serdang.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2018*. Badan Pusat Statistik Deli Serdang.
- Gregory, G.H. 2006. *Pesona Aglaonema Indonesia*. PT Agromedia Pustaka Jakarta.
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 3. Penerbit Indeks. Jakarta.
- Lamb, Charles. W.. 2001. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Leman. 2008. *Tanaman Pembawa Keberuntungan Aglaonema*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nanda, Bella. 2016. *Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Ditoko Online*. Universitas Negri Semarang.
- Redaksi PS. 2008. *Galeri Aglaonema*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Syahza, A . 2003. *Penelitian dan Pengembangan Agribisnis di Kabupat Karimun*. PPKPEM Universitas Riau. Pekanbaru.
- Subono, M. dan A. Andoko. 2005. *Meningkatkan Kualitas *Aglaonema* Sang Ratu Pembawa Rejeki*. Agromedia Pustaka, Depok.
- Sudaryanto, B. 2007. *Budidaya Tanaman Hias Anthurium dan *Aglaonema**. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Yogyakarta. No.03/PT.Kota/BPTPYGK/2007.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wardani, Hetty Sri. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogo Sari*. Universitas Islam Negri Semarang
- Yatiman. 2018. *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae)*. Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara.
- Yunan, Andri. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Rokok Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan, Lampung.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP TANAMAN HIAS *AGLAONEMA*

Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Nomor Kuesioner :

Tanggal Wawancara :

Pengantar Penelitian

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, saya Mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin Laki-laki Perempuan
3. Usia : Tahun
4. Pendidikan Tidak sekolah SMA
 SD D3
 SMP S1
5. Pekerjaan Ibu rumah tangga Pegawai Negeri
 Wiraswasta Dan lain-lain
6. Pendapatan :
8. Alamat :

B. PETANI *AGLAONEMA*

1. Jenis tanaman hias Aglaonema apa yang Saudara/i beli dipetani tanaman hias Aglaonema?
.....
2. Berapa harga tanaman hias Aglaonema yang Saudara/ibeli dipetani tanaman hias Aglaonema?
Rp./Polybag.
3. Sesuikah harga tanaman hias Aglaonema yangdibeli dipetani tanaman hias Agalonema?
Ya / Tidak.
Jika tidak, berikan alasannya?

-
4. Berapa jumlah tanaman hias Aglaonema yang dibeli dipetani tanaman hias Agalonema?
.....Polybag.

C. TANAMAN HIAS AGLAONEMA

1. Apakah Saudara/i membeli tanaman hias hanya di pedagang tanaman hias aglaonema saja?
Ya/Tidak
2. Jika tidak berikan alasannya?
.....
3. Apakah Saudara/i membeli tanaman hias Aglaonema dipedagang Tanaman hias setiapminggunya?
Ya /Tidak
4. Jika Ya seminggu berapa kali Saudara/i membeli tanaman hias Aglaonema?
.....
5. Apakah saudara/i membeli tanaman hias Aglaonema dipedagang tanaman hias hanya satu jenis saja?
.....

D. KONSUMEN

1. Apakah Saudara/i membeli tanaman hias Aglaonema karna menyukainya?
.....
2. Apakah Saudara/i membeli tanaman hias Aglaonema karna bermanfaat?
.....
3. Hal apa yang menjadi pertimbangan Saudara/i membeli Tanaman hias Aglaonema?
.....
4. Bagaimana sikap Saudara/i jika tempat pelaku usaha Tanaman Hias Aglaonema Tutup?
.....
5. Hal apa yang membuat Saudara/i memutuskan membudidayakan tanaman hias Aglaonema?
.....

Berilah tanda (√) seberapa besar tingkat kesukaan Bapak / Ibu terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut.

Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu antara 1 – 4 yang mempunyai arti:

- STS (Sangat tidak setuju) skor 1
- TS (Tidak Setuju) dengan skor 2
- KS (Kurang Setuju) dengan skor 3
- S (Setuju) dengan skor 4
- SS (Sangat setuju) dengan skor 5

E. MINAT BELI

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi sangat mempengaruhi saya untuk memutuskan membeli tanaman hias Aglaonema					
2	Kualitas produk Tanaman hias Aglaonema sangat berpengaruh terhadap minat saya untuk membeli tanaman hias Aglaonema					
3	Harga mempengaruhi minat saya dalam membeli tanaman Hias Aglaonema					
4	Tanaman hias Aglaonema lebih menarik perhatian saya					
5	Saya tertarik untuk membeli tanaman hias Aglaonema karena tersedia banyak jenis.					

F. FAKTOR BUDAYA

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena kebutuhan sehari hari.					
2	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema Karena Mudah diperoleh.					
3	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena budaya dilingkungan yang membuat saya terpengaruh.					
4	Saya membeli tanaman Hias Aglaonema karena kebiasaan dari keluarga.					
5	Saya membeli tanaman hias Aglaonema karna pada musimnya saja					

G. FAKTOR SOSIAL

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli tanaman hias Aglaonema karena rekomendasi dari keluarga					

2	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema Karena keluarga saya membeli.					
3	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena rekomendasi dari teman.					
4	Saya membeli tanaman hias Aglaonema karna perkembangan zaman					
5	Saya membeli tanaman hias Aglaonema karna ajakan dari tetangga saya					
H. FAKTOR PRIBADI						
No	Pernyataan					
1	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena sesuai dengan gaya hidup saya					
2	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema Karena saya mampu membeli tanamn hias Aglaonema					
3	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena saya suka dengan gaya hidup yang praktis.					
4	Saya membeli tanaman Hias Aglaonema karena saya sudah merasakan keindahannya.					
5	Saya membeli tanaman hias agalaonema karna saya senang merawatnya.					
I. FAKTOR PSIKOLOGI						
No	Pernyataan					
1	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena kualitasnya sangat bagus					
2	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema Karena saya ingin memenuhi keinginan pribadi					
3	Saya membeli Tanaman hias Aglaonema karena saya kebiasaan membeli tanaman hias Agalonema					
4	Saya membeli tanaman Hias Aglaonema karena membeli dengan keyakinan dengan hobby saya					
5	Saya membeli tanaman hias Aglaonema karna termotivasi dari keinginan mengikuti trend					

Lampiran 2. Karakteristik Responden

No. Sampel	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
1	P	48	S1	Wiraswasta	4,8 juta
2	P	56	SMA	PNS	3,7 juta
3	P	36	SMA	Wiraswasta	3,6 juta
4	P	42	SMA	Ibu Rumah Tangga	3,9 juta
5	P	45	D3	Ibu Rumah Tangga	4,3 juta
6	P	49	SMA	Ibu Rumah Tangga	3,3 juta
7	P	45	SMA	PNS	2,4 juta
8	P	48	S1	PNS	6,8 juta
9	P	52	D3	Wiraswasta	5 juta
10	P	54	S1	Wiraswasta	6,6 juta
11	P	42	D3	Wiraswasta	4,5 juta
12	P	40	D3	Wiraswasta	4 juta
13	L	39	D3	Wiraswasta	3,5 juta
14	L	42	S1	Wiraswasta	5,5 juta
15	P	51	S1	Wiraswasta	6 juta
16	P	56	D3	Wiraswasta	4,6 juta
17	P	55	D3	Wiraswasta	4,5 juta
18	P	48	S1	Wiraswasta	4,6 juta
19	P	45	S1	Wiraswasta	4,8 juta
20	P	48	SMA	Wiraswasta	4,5 juta
21	P	47	S1	PNS	4,9 juta
22	P	34	SMA	Wiraswasta	4,2 juta
23	P	35	SMA	Wiraswasta	5,2 juta
24	P	31	S1	Wiraswasta	6 juta
25	P	50	SMA	PNS	4 juta
26	P	42	SMA	Wiraswasta	3 juta
27	P	48	SMA	Wiraswasta	2,5 juta
28	P	43	S1	Wiraswasta	4 juta
29	P	49	D3	Wiraswasta	3,5 juta
30	P	52	S1	Wiraswasta	5 juta
31	P	54	SMA	Wiraswasta	2,8 juta
32	P	35	SMA	Wiraswasta	3 juta
33	P	47	SMA	Wiraswasta	2,4 juta
34	P	36	D3	Wiraswasta	5 juta
35	P	45	S2	PNS	8 juta
36	P	32	S1	PNS	6 juta
37	P	25	SMA	PNS	3,1 juta
38	P	26	SMA	PNS	3,6 juta
39	P	28	SMA	Wiraswasta	3 juta
40	P	32	S1	Wiraswasta	5 juta
41	P	35	S1	Wiraswasta	5 juta
42	P	36	SMA	PNS	3,1 juta
43	P	42	S1	PNS	3,4 juta
44	P	45	S1	Ibu Rumah Tangga	2 juta
45	P	48	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
46	P	52	SMA	PNS	3,5 juta
47	P	53	SMA	PNS	3,4 juta
48	P	32	SMA	PNS	4 juta

No. Sampel	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
49	P	34	SMA	Ibu Rumah Tangga	2,4 juta
50	P	65	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
51	P	62	SMA	Wiraswasta	3 juta
52	P	54	SMA	Wiraswasta	4 juta
53	P	57	S1	Wiraswasta	4 juta
54	P	62	S1	Wiraswasta	6 juta
55	P	35	D3	Ibu Rumah Tangga	3 juta
56	P	62	S2	Ibu Rumah Tangga	2 juta
57	P	38	S1	Wiraswasta	4 juta
58	L	45	S1	Wiraswasta	4 juta
59	P	49	D3	Wiraswasta	4 juta
60	P	62	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
61	P	57	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
62	P	56	S1	Wiraswasta	4 juta
63	P	62	S1	Wiraswasta	4 juta
64	P	52	SMA	Wiraswasta	4 juta
65	P	55	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
66	P	51	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
67	P	60	S1	Wiraswasta	3 juta
68	P	62	SMA	Wiraswasta	4 juta
69	P	34	SMA	Wiraswasta	4 juta
70	P	47	S1	Ibu Rumah Tangga	2 juta
71	L	49	SMA	Wiraswasta	3 juta
72	P	52	S1	Wiraswasta	4 juta
73	P	51	SMA	Wiraswasta	4 juta
74	P	43	SMA	Wiraswasta	6 juta
75	P	25	SMA	Wiraswasta	4 juta
76	L	26	SMA	Wiraswasta	4 juta
77	P	52	SMA	Wiraswasta	4 juta
78	P	68	S1	Ibu Rumah Tangga	4 juta
79	P	64	SMA	Ibu Rumah Tangga	4 juta
80	P	52	S1	Ibu Rumah Tangga	4 juta
81	P	53	SMA	Ibu Rumah Tangga	3 juta
82	P	54	S1	Wiraswasta	3 juta
83	P	51	SMA	Ibu Rumah Tangga	3 juta
84	P	53	SMA	Ibu Rumah Tangga	3 juta
85	P	56	S1	Ibu Rumah Tangga	3 juta
86	P	45	SMA	Ibu Rumah Tangga	3,5 juta
87	P	48	SMA	Ibu Rumah Tangga	2 juta
88	P	46	S1	Ibu Rumah Tangga	3,5 juta
89	P	52	SMA	Ibu Rumah Tangga	4 juta
90	P	54	SMA	Wiraswasta	5 juta

Lampiran 3. Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Budaya

No.	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	4	5	5	3	22
2	4	5	4	5	1	19
3	5	5	5	1	3	19
4	4	3	5	4	5	21
5	4	4	4	5	5	22
6	4	4	3	5	5	21
7	4	5	2	5	2	18
8	5	5	4	1	5	20
9	4	5	4	3	5	21
10	4	5	4	5	1	19
11	4	5	5	5	5	24
12	3	5	4	5	2	19
13	5	4	4	5	1	19
14	4	5	5	5	2	21
15	4	1	4	5	1	15
16	3	3	5	3	5	19
17	3	4	1	3	2	13
18	4	5	5	5	5	24
19	4	5	3	5	4	21
20	3	4	4	4	5	20
21	3	5	5	5	4	22
22	1	5	5	5	5	21
23	4	5	4	4	5	22
24	1	5	5	1	1	13
25	5	5	5	4	4	23
26	4	4	4	4	4	20
27	3	5	4	1	1	14
28	4	5	5	2	3	19
29	4	4	5	4	3	20
30	5	1	5	4	5	20
31	5	1	5	3	4	18
32	4	2	5	3	3	17
33	2	1	3	2	1	9
34	5	4	4	5	2	20
35	4	5	5	5	3	22
36	3	2	2	1	2	10
37	5	3	5	5	1	19
38	5	2	5	4	2	18
39	4	2	5	5	5	21
40	4	1	3	5	5	18
41	5	2	4	3	4	18
42	4	5	3	5	5	22
43	5	5	3	5	4	22
44	4	5	4	2	3	18
45	3	4	3	4	2	16
46	3	5	4	5	5	22

No.	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
47	2	5	3	5	5	20
48	3	4	5	5	4	21
49	4	1	4	4	3	16
50	5	3	3	5	1	17
51	4	4	4	5	2	19
52	3	4	4	5	5	21
53	2	5	5	1	5	18
54	3	3	5	1	5	17
55	4	5	5	3	4	21
56	5	5	5	4	3	22
57	4	5	5	4	4	22
58	3	4	4	4	3	18
59	1	3	5	3	5	17
60	2	3	5	5	4	19
61	5	1	1	5	5	17
62	5	3	3	2	5	18
63	5	3	4	3	5	20
64	5	4	4	4	5	22
65	3	5	5	4	5	22
66	5	4	5	5	4	23
67	5	4	5	4	5	23
68	5	4	4	3	5	21
69	5	4	5	1	4	19
70	4	4	5	4	5	22
71	5	4	5	3	5	22
72	5	5	5	3	5	23
73	3	4	5	4	5	21
74	4	3	4	3	5	19
75	3	2	4	3	5	17
76	4	3	3	1	3	14
77	5	5	5	4	3	22
78	4	4	4	5	4	21
79	5	3	5	4	5	22
80	5	1	5	4	4	19
81	5	5	2	3	3	18
82	5	5	3	2	2	17
83	3	3	4	1	1	12
84	2	4	5	2	3	16
85	3	5	4	3	4	19
86	4	4	4	4	3	19
87	3	5	3	1	4	16
88	4	5	4	4	4	21
89	5	5	5	4	3	22
90	5	5	4	2	4	20

Lampiran 4. Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Sosial

No.	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	5	4	1	2	17
2	1	1	3	1	1	7
3	1	1	2	1	5	10
4	5	5	3	1	3	17
5	5	2	4	5	4	20
6	5	5	5	5	2	22
7	5	4	5	5	1	20
8	2	3	3	4	5	17
9	5	4	3	2	4	18
10	4	3	4	3	5	19
11	2	1	4	2	5	14
12	1	1	4	5	5	16
13	1	1	3	5	2	12
14	5	2	3	2	2	14
15	5	3	1	4	3	16
16	2	4	5	5	4	20
17	5	5	3	4	5	22
18	5	4	4	3	5	21
19	4	3	5	4	4	20
20	5	2	4	4	4	19
21	5	1	3	5	4	18
22	5	1	3	1	5	15
23	5	2	5	1	5	18
24	2	2	4	1	3	12
25	5	5	3	4	5	22
26	5	4	4	4	4	21
27	4	3	4	3	1	15
28	4	4	1	3	5	17
29	5	5	5	5	4	24
30	5	5	3	3	5	21
31	4	2	4	4	4	18
32	5	5	5	5	5	25
33	1	1	2	4	1	9
34	4	5	3	5	4	21
35	4	4	4	3	3	18
36	2	2	2	2	1	9
37	5	1	4	5	5	20
38	5	2	5	4	5	21
39	2	4	4	3	5	18
40	5	4	3	5	3	20
41	4	4	3	5	4	20
42	5	5	3	4	5	22
43	3	5	3	5	4	20
44	5	5	3	5	3	21
45	3	5	4	4	4	20
46	4	1	5	2	5	17

No	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
47	5	1	4	2	4	16
48	5	5	3	4	3	20
49	4	4	2	4	3	17
50	2	5	1	4	5	17
51	3	2	2	5	5	17
52	5	1	3	1	3	13
53	5	4	4	5	4	22
54	4	3	5	5	5	22
55	3	3	5	5	2	18
56	5	3	5	3	2	18
57	5	4	2	4	5	20
58	4	1	2	5	5	17
59	4	4	5	5	2	20
60	4	3	4	4	3	18
61	5	4	3	5	4	21
62	4	5	5	2	3	19
63	4	2	5	2	4	17
64	5	5	5	3	4	22
65	2	4	5	5	5	21
66	5	5	5	4	5	24
67	5	4	5	4	2	20
68	4	1	1	5	5	16
69	3	5	2	3	2	15
70	4	4	2	2	5	17
71	3	5	3	3	4	18
72	5	3	5	5	5	23
73	4	3	2	5	5	19
74	3	5	5	5	2	20
75	4	4	5	3	2	18
76	3	5	4	5	5	22
77	5	4	5	4	4	22
78	4	1	1	3	4	13
79	3	3	2	2	5	15
80	4	5	2	5	5	21
81	3	5	5	4	5	22
82	5	4	5	5	2	21
83	4	5	5	5	3	22
84	5	1	2	1	4	13
85	5	5	5	3	3	21
86	5	5	1	4	5	20
87	5	2	5	3	5	20
88	4	5	5	3	5	22
89	5	5	5	4	4	23
90	4	4	5	4	5	22

Lampiran 5. Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Pribadi

No.	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	5	4	1	4	18
2	3	4	2	5	5	19
3	3	1	2	5	5	16
4	3	5	5	4	2	19
5	3	5	5	5	5	23
6	4	4	2	2	5	17
7	3	4	5	5	2	19
8	4	3	5	2	5	19
9	3	5	5	5	2	20
10	3	5	5	4	1	18
11	4	4	5	5	5	23
12	5	5	5	4	5	24
13	5	5	5	3	5	23
14	5	4	2	2	4	17
15	4	5	5	5	5	24
16	5	4	1	5	2	17
17	5	5	2	4	3	19
18	5	5	5	5	5	25
19	5	3	5	5	4	22
20	3	4	5	1	5	18
21	5	5	5	2	2	19
22	4	5	3	3	2	17
23	3	5	4	3	3	18
24	5	1	4	4	4	18
25	5	2	3	5	5	20
26	3	3	5	4	4	19
27	5	4	4	5	3	21
28	3	5	5	5	2	20
29	1	5	5	5	1	17
30	5	2	5	2	2	16
31	3	3	5	1	3	15
32	4	3	5	2	3	17
33	5	4	4	2	5	20
34	4	5	3	3	4	19
35	5	5	4	4	3	21
36	5	2	5	5	2	19
37	5	1	5	5	3	19
38	4	5	5	2	3	19
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	2	4	3	19
41	5	3	3	3	2	16
42	2	5	5	5	3	20
43	3	3	4	3	3	16
44	5	2	3	3	3	16
45	4	3	5	1	5	18
46	3	2	3	1	4	13

No	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
47	5	3	3	5	5	21
48	5	4	5	3	5	22
49	5	5	2	3	4	19
50	5	2	3	2	3	15
51	5	4	3	1	4	17
52	4	3	2	2	3	14
53	5	5	4	3	2	19
54	2	3	5	3	1	14
55	3	3	3	5	2	16
56	1	5	5	3	5	19
57	5	3	3	3	5	19
58	5	4	4	4	4	21
59	4	2	1	2	1	10
60	5	2	5	5	1	18
61	5	3	5	5	5	23
62	3	1	4	4	5	17
63	4	2	5	5	5	21
64	4	4	4	4	5	21
65	3	5	4	5	3	20
66	3	5	5	4	1	18
67	4	5	4	4	4	21
68	4	5	5	5	4	23
69	5	2	4	5	3	19
70	5	2	3	1	1	12
71	5	5	2	1	1	14
72	3	5	2	5	3	18
73	4	4	5	5	4	22
74	5	5	4	5	5	24
75	4	1	5	3	5	18
76	4	1	4	5	4	18
77	5	2	2	4	4	17
78	1	1	4	4	1	11
79	1	5	4	1	2	13
80	5	5	5	5	5	25
81	5	1	3	2	4	15
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	5	4	21
84	5	1	2	5	2	15
85	1	1	3	5	4	14
86	3	5	4	5	5	22
87	4	5	5	4	4	22
88	5	5	4	5	5	24
89	4	5	5	5	5	24
90	1	5	1	1	5	13

Lampiran 6. Skor Jawaban Responden Atas Variabel Faktor Psikologi

No.	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	5	5	5	4	23
2	2	2	5	2	5	16
3	4	4	3	5	1	17
4	5	5	4	5	5	24
5	4	3	1	5	5	18
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	2	5	5	22
8	4	3	5	2	3	17
9	4	3	5	3	3	18
10	4	4	5	4	2	19
11	5	4	4	3	3	19
12	5	5	3	5	4	22
13	1	3	2	3	2	11
14	2	3	5	5	2	17
15	4	4	5	4	4	21
16	5	5	2	5	5	22
17	5	4	3	5	1	18
18	5	3	4	5	1	18
19	4	3	4	4	2	17
20	4	4	4	5	5	22
21	1	5	5	5	2	18
22	5	5	5	2	3	20
23	5	4	2	5	5	21
24	4	5	5	2	1	17
25	5	5	5	5	4	24
26	5	5	5	5	5	25
27	5	4	1	4	1	15
28	5	5	5	3	1	19
29	5	5	5	3	3	21
30	4	5	5	5	5	24
31	4	5	5	4	5	23
32	5	4	4	5	5	23
33	3	1	2	1	1	8
34	5	5	2	5	2	19
35	5	5	1	2	5	18
36	3	1	3	1	1	9
37	2	4	5	5	4	20
38	3	1	1	4	3	12
39	5	2	2	2	1	12
40	5	5	3	5	1	19
41	4	2	4	4	4	18
42	3	1	5	4	5	18
43	2	2	5	5	4	18
44	3	3	5	4	4	19
45	4	3	5	3	1	16
46	3	4	2	5	4	18

No	Pertanyaan					Total
	1	2	3	4	5	
47	4	5	5	4	3	21
48	2	5	3	5	5	20
49	4	3	3	4	3	17
50	5	2	5	4	5	21
51	4	2	5	5	4	20
52	3	5	5	4	3	20
53	5	5	5	5	3	23
54	3	5	4	5	3	20
55	5	5	5	1	3	19
56	4	5	5	2	5	21
57	5	4	4	5	5	23
58	5	5	2	5	5	22
59	4	4	4	3	3	18
60	4	5	5	4	2	20
61	5	5	5	4	3	22
62	5	4	1	3	4	17
63	4	5	4	2	5	20
64	5	5	5	1	4	20
65	5	2	4	2	5	18
66	5	2	5	5	5	22
67	2	3	4	5	5	19
68	5	5	3	4	5	22
69	4	5	2	5	3	19
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	3	4	19
72	4	5	3	1	5	18
73	4	5	5	2	5	21
74	4	2	5	5	5	21
75	5	2	4	5	5	21
76	5	3	5	4	5	22
77	5	4	5	5	2	21
78	2	5	4	5	5	21
79	4	5	3	5	3	20
80	5	5	3	5	5	23
81	4	5	3	4	5	21
82	5	4	4	5	2	20
83	4	3	4	4	5	20
84	5	5	5	5	5	25
85	4	5	4	5	5	23
86	3	5	4	1	5	18
87	5	5	3	5	4	22
88	4	4	3	5	4	20
89	5	5	5	4	5	24
90	5	4	4	5	4	22

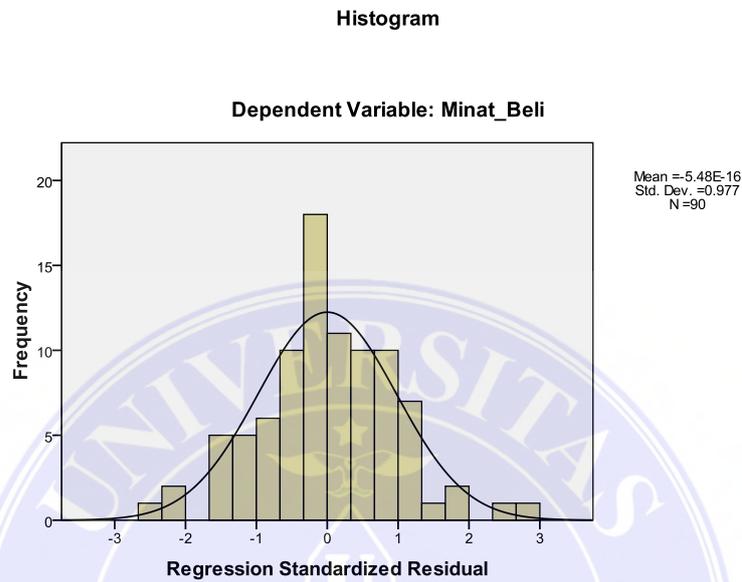
Lampiran 7. Skor Jawaban Responden Atas Variabel Minat Beli

No.	Pertanyaan					Total	Rataan	Kriteria Minat Beli
	1	2	3	4	5			
1	5	5	5	4	2	21	4,20	Sangat Tinggi
2	2	2	2	5	2	13	2,60	Sedang
3	5	2	5	2	1	15	3,00	Sedang
4	5	4	5	5	4	23	4,60	Sangat Tinggi
5	5	5	2	4	3	19	3,80	Tinggi
6	5	5	5	5	5	25	5,00	Sangat Tinggi
7	3	5	4	5	4	21	4,20	Sangat Tinggi
8	2	3	5	3	5	18	3,60	Tinggi
9	5	5	4	3	5	22	4,40	Sangat Tinggi
10	4	2	5	4	4	19	3,80	Tinggi
11	5	3	4	3	4	19	3,80	Tinggi
12	2	5	5	1	3	16	3,20	Sedang
13	3	5	2	5	5	20	4,00	Tinggi
14	5	3	5	5	1	19	3,80	Tinggi
15	4	4	4	5	3	20	4,00	Tinggi
16	5	5	4	5	4	23	4,60	Sangat Tinggi
17	2	5	2	4	4	17	3,40	Tinggi
18	5	5	5	3	3	21	4,20	Sangat Tinggi
19	5	3	3	4	5	20	4,00	Tinggi
20	5	4	4	5	4	22	4,40	Sangat Tinggi
21	4	4	5	4	1	18	3,60	Tinggi
22	3	2	5	4	4	18	3,60	Tinggi
23	4	3	5	4	4	20	4,00	Tinggi
24	5	2	1	4	1	13	2,60	Sedang
25	5	5	5	5	5	25	5,00	Sangat Tinggi
26	5	5	5	4	4	23	4,60	Sangat Tinggi
27	5	3	5	5	2	20	4,00	Sedang
28	5	4	5	5	2	21	4,20	Sangat Tinggi
29	3	4	5	4	5	21	4,20	Sangat Tinggi
30	4	5	4	4	5	22	4,40	Sangat Tinggi
31	5	5	1	3	5	19	3,80	Tinggi
32	5	5	5	3	5	23	4,60	Sangat Tinggi
33	1	3	1	1	2	8	1,60	Sangat Rendah
34	1	5	5	2	4	17	3,40	Tinggi
35	3	5	2	4	5	19	3,80	Tinggi
36	2	2	1	2	2	9	1,80	Rendah
37	4	3	4	5	5	21	4,20	Sangat Tinggi
38	1	2	3	2	5	13	2,60	Sedang
39	2	5	1	3	5	16	3,20	Sedang
40	4	5	3	4	5	21	4,20	Sangat Tinggi
41	3	4	3	5	4	19	3,80	Tinggi
42	5	5	2	3	3	18	3,60	Tinggi
43	4	3	3	5	5	20	4,00	Tinggi
44	3	2	5	5	4	19	3,80	Tinggi
45	2	5	3	5	3	18	3,60	Tinggi

No	Pertanyaan					Total	Rataan	Kriteria Minat Beli
	1	2	2	3	4			
46	3	5	2	3	4	17	3,40	Tinggi
47	4	5	3	4	4	20	4,00	Tinggi
48	4	4	3	5	4	20	4,00	Tinggi
49	5	5	3	3	5	21	4,20	Sangat Tinggi
50	4	3	5	2	4	18	3,60	Tinggi
51	4	2	4	3	3	16	3,20	Sedang
52	5	3	5	4	5	22	4,40	Sangat Tinggi
53	4	5	5	5	5	24	4,80	Sangat Tinggi
54	4	3	5	5	2	19	3,80	Tinggi
55	4	4	5	3	3	19	3,80	Tinggi
56	3	5	4	4	5	21	4,20	Sangat Tinggi
57	5	4	5	5	4	23	4,60	Sangat Tinggi
58	5	5	4	4	5	23	4,60	Sangat Tinggi
59	5	5	2	5	2	19	3,80	Tinggi
60	2	2	2	4	5	15	3,00	Sedang
61	3	5	5	5	5	23	4,60	Sangat Tinggi
62	5	5	5	4	5	24	4,80	Sangat Tinggi
63	5	5	4	4	5	23	4,60	Sangat Tinggi
64	3	5	5	4	5	22	4,40	Sangat Tinggi
65	3	5	5	5	4	22	4,40	Sangat Tinggi
66	5	4	5	4	4	22	4,40	Sangat Tinggi
67	5	4	5	4	4	22	4,40	Sangat Tinggi
68	5	5	4	5	5	24	4,80	Sangat Tinggi
69	3	3	5	4	4	19	3,80	Tinggi
70	4	5	4	4	3	20	4,00	Tinggi
71	4	5	5	4	4	22	4,40	Sangat Tinggi
72	5	4	5	4	3	21	4,20	Sangat Tinggi
73	4	5	5	4	5	23	4,60	Sangat Tinggi
74	4	5	2	5	5	21	4,20	Sangat Tinggi
75	4	2	4	4	3	17	3,40	Tinggi
76	5	5	4	4	5	23	4,60	Sangat Tinggi
77	5	5	3	4	4	21	4,20	Sangat Tinggi
78	4	3	5	5	3	20	4,00	Tinggi
79	3	4	4	3	3	17	3,40	Tinggi
80	4	5	5	5	3	22	4,40	Sangat Tinggi
81	3	3	4	5	4	19	3,80	Tinggi
82	5	2	3	4	5	19	3,80	Tinggi
83	4	5	3	5	4	21	4,20	Sangat Tinggi
84	5	5	2	5	3	20	4,00	Tinggi
85	4	4	1	2	5	16	3,20	Sedang
86	3	2	1	5	5	16	3,20	Sedang
87	5	2	5	5	5	22	4,40	Sangat Tinggi
88	5	4	1	5	4	19	3,80	Tinggi
89	2	5	5	4	5	21	4,20	Sangat Tinggi
90	3	4	5	5	5	22	4,40	Sangat Tinggi

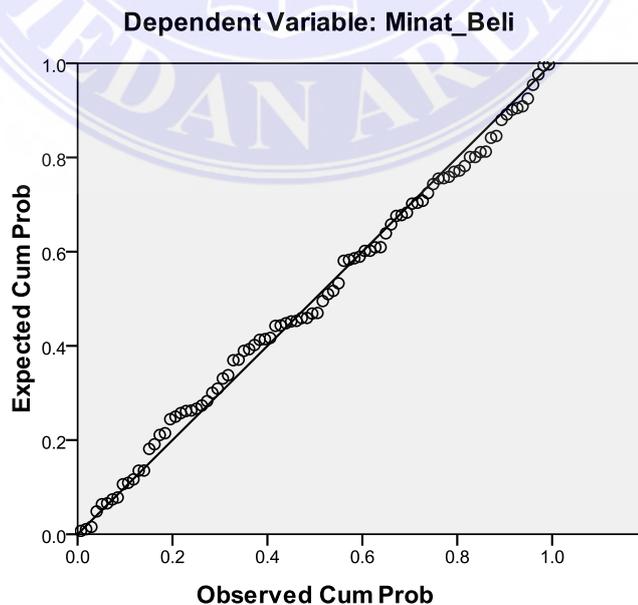
Lampiran 8. Uji Normalitas, Linieritas, Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas

a. Normalitas



b. Linieritas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



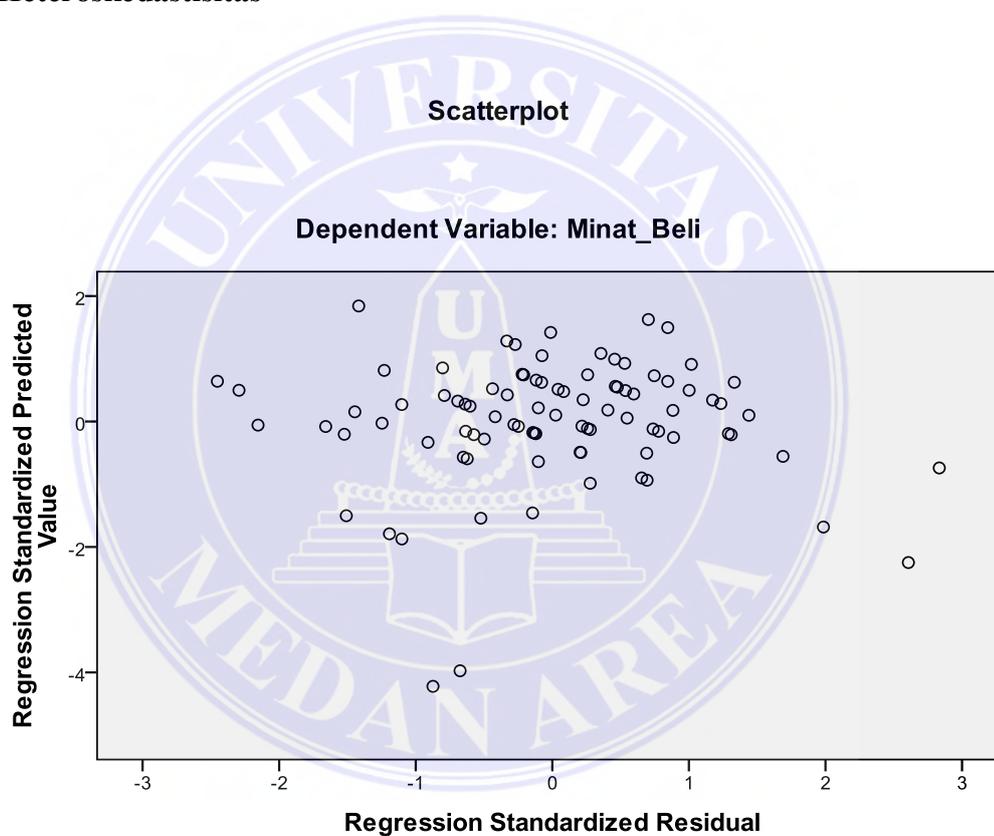
c. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Budaya	.894	1.118
	Sosial	.788	1.269
	Pribadi	.967	1.034
	Psikologi	.754	1.326

a. Dependent Variable: Minat_Beli

c. Heteroskedastisitas



Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Minat Beli Konsumen

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Psikologi, Pribadi, Budaya, Sosial ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.559	.538	2.12391

a. Predictors: (Constant), Psikologi, Pribadi, Budaya, Sosial

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	485.054	4	121.263	26.882	.000 ^a
	Residual	383.435	85	4.511		
	Total	868.489	89			

a. Predictors: (Constant), Psikologi, Pribadi, Budaya, Sosial

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.421	2.296		-.184	.855
	Budaya	.210	.081	.198	2.594	.011
	Sosial	.217	.072	.246	3.028	.003
	Pribadi	.124	.070	.131	1.782	.078
	Psikologi	.492	.080	.510	6.145	.000

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.8559	24.0111	19.7111	2.33453	90
Residual	-5.20880	6.01769	.00000	2.07563	90
Std. Predicted Value	-4.221	1.842	.000	1.000	90
Std. Residual	-2.452	2.833	.000	.977	90

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Lampiran 10. Tabel t

Df	t 5%	t 2.5%	t 1%
80	1.644	1.941	2.303
81	1.643	1.939	2.300
82	1.642	1.937	2.297
83	1.641	1.935	2.294
84	1.640	1.933	2.291
85	1.639	1.931	2.288
86	1.638	1.929	2.285
87	1.637	1.927	2.282
88	1.636	1.925	2.279
89	1.635	1.923	2.276
90	1.634	1.921	2.273
91	1.633	1.919	2.270
92	1.632	1.917	2.267
93	1.631	1.915	2.264
94	1.630	1.913	2.261
95	1.629	1.911	2.258
96	1.628	1.909	2.255
97	1.627	1.907	2.252
98	1.626	1.905	2.249
99	1.625	1.903	2.246
100	1.624	1.901	2.243
101	1.623	1.899	2.240
102	1.622	1.897	2.237
103	1.621	1.895	2.234
104	1.620	1.893	2.231
105	1.619	1.891	2.228
106	1.618	1.889	2.225
107	1.617	1.887	2.222
108	1.616	1.885	2.219
109	1.615	1.883	2.216
110	1.614	1.881	2.213
111	1.613	1.879	2.210
112	1.612	1.877	2.207
113	1.611	1.875	2.204
114	1.610	1.873	2.201
115	1.609	1.871	2.198
116	1.608	1.869	2.195
117	1.607	1.867	2.192
118	1.606	1.865	2.189
119	1.605	1.863	2.186
120	1.604	1.861	2.183
121	1.603	1.859	2.180
122	1.602	1.857	2.177
123	1.601	1.855	2.174
124	1.600	1.853	2.171
125	1.599	1.851	2.168
126	1.598	1.849	2.165
127	1.597	1.847	2.162
128	1.596	1.845	2.159
129	1.595	1.843	2.156
130	1.594	1.841	2.153

Lampiran 11. Tabel Distribusi F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN



Emerald Star



Aglaonema Suksom



Aglaonema Legacy



Aglaonema Aurora



Aglaonema Adelia



Aglaonema Lipstik



Aglaonema Super white



Aglaonema Sri Rejeki



Mewawancari Responden dan Mengisi Kuesioner

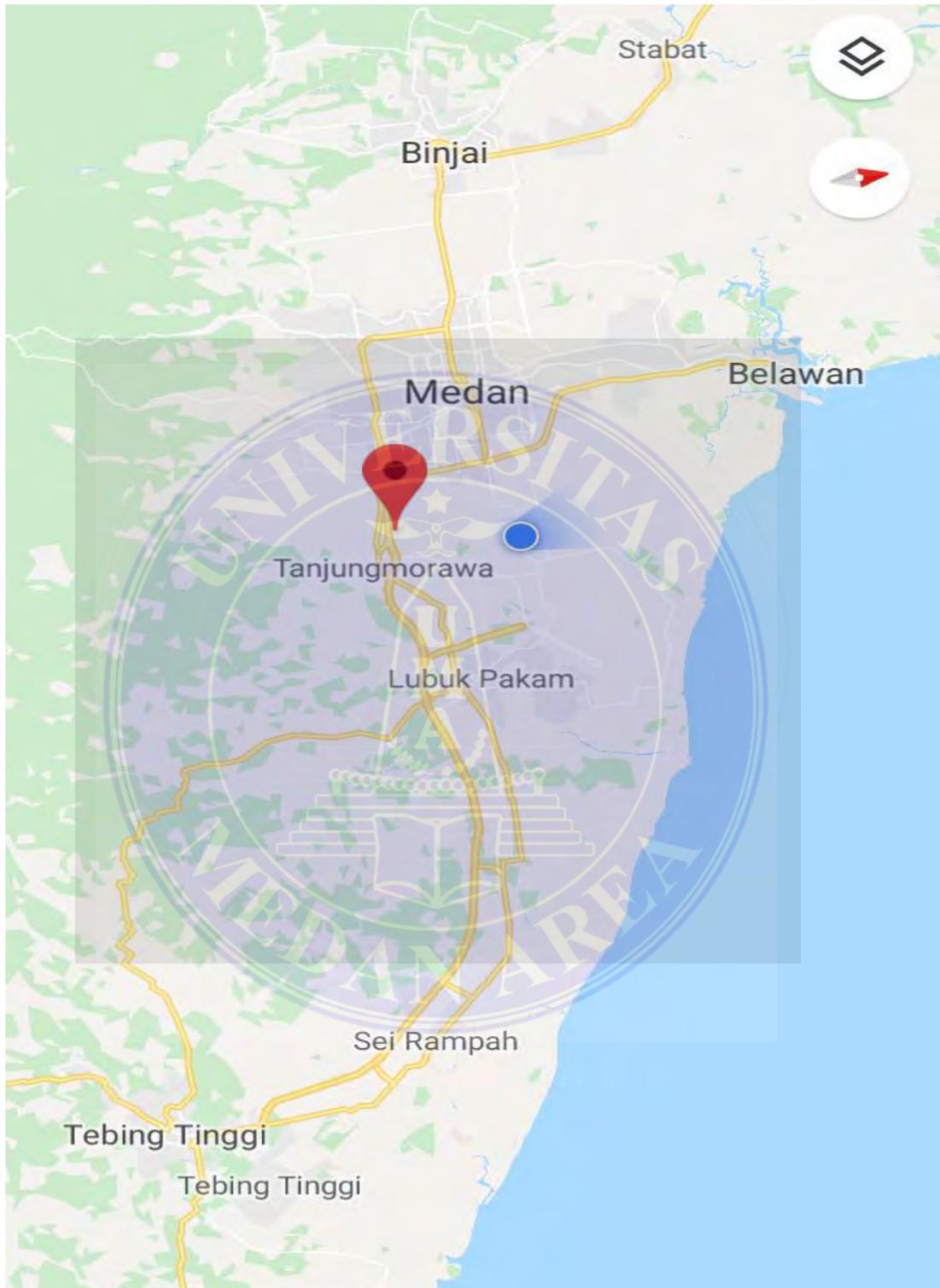




Tanaman Hias di Ruang Kasa



Lampiran 12 . Lokasi Penelitian



Lampiran 13. Surat Pengantar Riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360166, 7366676, 7364348 ☎ (061) 7366012 Medan 20071
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Berayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225002 ☎ (061) 8229331 Medan 20122
Website : www.uma.ac.id E-Mail : univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 0502/FP.1/01.10/IV1/2021
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Medan, 07 Juni 2021

Yth. Kepala Desa Bangun Sari
Kecamatan Tanjung Morawa
Kab. Deli Serdang

Dengan hormat,

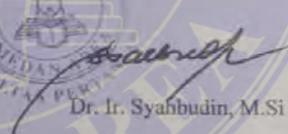
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Mela Putri
NIM : 168220014
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang untuk kepentingan skripsi berjudul **"Minat Beli Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema (Studi Kasus : Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang)"**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.


Dekan,
Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 13. Selesai Riset

