

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian pada Bunga Krisan Potong di Pasar Bunga Bandungan Kabupaten Semarang

An Analysis of the Determinants of Purchasing Decisions on Cut Chrysanthemums in Bandungan Flower Market, Semarang Regency

Tsania Noor Fadlila*, Hery Setyawan, Titik Ekowati

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Univeritas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto No 13, Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah,

*Email: tsanianoorfadlila24@gmail.com

(Diterima 15-09-2025; Disetujui 19-01-2026)

ABSTRAK

Peningkatan petani bunga krisan potong di Kecamatan Bandungan menyebabkan persaingan penjualan di pasar semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui karakteristik konsumen yang membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan 2) menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, pendapatan, harga, dan selera konsumen terhadap keputusan pembelian bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan. Penelitian dilakukan dengan metode survei dan dilaksanakan pada bulan Maret-April 2025 di Pasar Bunga Bandungan yang berlokasi di Desa Jetis, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Metode pengambilan sampel secara *accidental sampling* dengan jumlah sampel 120 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan analisis deskriptif dan analisis regresi logistik biner menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen bunga krisan potong didominasi oleh perempuan, kelompok usia mayoritas 21-30 tahun, tingkat pendidikan terakhir SMA/sederajat, pendapatan Rp2.234.953-Rp3.435.464, dan frekuensi pembelian 2 kali. Hasil uji kesesuaian model diperoleh nilai *chi-square* sebesar 1,403, uji *nagelkerke R square* sebesar 0,833. Uji simultan diperoleh nilai *chi-square* sebesar 84,048 yang menyatakan bahwa secara serempak faktor-faktor yang diteliti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji *wald* diperoleh variabel kualitas produk, selera konsumen, harga, pendapatan berpengaruh, sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Krisan, Regresi Logistik, Keputusan Pembelian, Pasar Bandungan

ABSTRACT

The growing number of cut chrysanthemum farmers in Bandungan District has intensified competition in the flower market. This study investigates 1) to identify the characteristics of consumers who purchase cut chrysanthemums at Bandungan Flower Market 2) the influence of product quality, service quality, income, price, and consumer preferences on purchasing decisions for cut chrysanthemums at Bandungan Flower Market, Semarang Regency. A survey was conducted in March–April 2025 involving 120 respondents, selected through accidental sampling. Data were analyzed using descriptive statistics and binary logistic regression with SPSS 25. The results indicate that most consumers are female, aged 21–30 years, with senior high school education, an income range of IDR 2,234,953–3,435,464, and a purchasing frequency of twice. The model fit test yielded a chi-square value of 1.403 and a Nagelkerke R square of 0.833, suggesting a strong explanatory power of the model. The omnibus test showed a chi-square value of 84.048, confirming that the examined factors jointly affect purchasing decisions. Further analysis using the Wald test revealed that product quality, consumer preferences, price, and income significantly influence purchasing decisions, whereas service quality has no significant effect. These findings highlight the importance of improving product attributes and aligning with consumer preferences to enhance competitiveness in the cut chrysanthemum market.

Keywords: Chrysanthemum, Binary Logistic Regression, Consumer Decision, Purchase Behavior

PENDAHULUAN

Budidaya tanaman krisan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan baik di luar negeri maupun dalam negeri. Banyak petani yang melakukan budidaya menjadikan produksi bunga krisan di Indonesia meningkat. Produksi bunga krisan di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 yaitu 344,03 juta tangkai, tahun 2022 394,5 juta tangkai, dan tahun 2023 berjumlah 464,6 juta

tangkai. Tiga provinsi yang memiliki kontribusi dalam produksi krisan di Indonesia yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Salah satu produsen terbesar bunga krisan ada di Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di Kecamatan Bandungan, Semarang. Kecamatan Bandungan merupakan salah satu daerah di Kabupaten Semarang yang memiliki produksi bunga krisan paling tinggi dibandingkan daerah yang lain dengan luas panen 1.692.000 m² dan tingkat produksi 121.135.00 tangkai (BPS, 2021). Kecamatan Bandungan memiliki potensi pasar yang cukup bagus dikarenakan memiliki lokasi yang strategis yaitu berada di sekitar kawasan wisata. Pasar Bunga Bandungan yang berlokasi di Desa Jetis, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang merupakan salah satu destinasi yang menarik bagi para pecinta tanaman dan pedagang bunga. Lokasi yang strategis di jalur wisata menuju Bandungan dan Candi Gedong Songo, menjadikan pasar ini sebagai tujuan wisatawan yang ingin membeli bunga atau sekedar menikmati suasana khas pasar bunga. Saat ini, terdapat 350 orang yang tergabung dalam Paguyuban Pasar Bandungan. Anggota yang bergabung menunjukkan bahwa eksistensi bunga krisan di kalangan masyarakat cukup bagus.

Keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan tindakan konsumen dalam memilih dan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Astuti dan Febriaty, 2017). Berdasarkan data BPS, produksi bunga krisan di Kecamatan Bandungan meningkat dari 91.350.000 (BPS, 2023) pada tahun 2022 menjadi 120.000.000 (BPS, 2024) pada tahun 2023. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang kini semakin tertarik pada tanaman hias sebagai elemen dekoratif rumah dan taman. Kondisi ini mendorong pertumbuhan jumlah petani dan penjual bunga krisan potong di Kecamatan Bandungan. Peningkatan jumlah penjual menyebabkan persaingan pasar semakin ketat. Situasi ini menjadi tantangan bagi penjual untuk menyusun strategi yang tepat guna mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Permasalahan yang dihadapi adalah belum optimalnya pemahaman penjual terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, diperlukan analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian bunga krisan agar penjual dapat memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi penjualannya dengan kebutuhan serta keinginan pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan. Pemilihan Pasar Bunga Bandungan sebagai lokasi penelitian yaitu untuk memahami perilaku konsumen terhadap atribut bunga krisan potong, sehingga penjual dapat mengetahui selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan bunga krisan potong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2025 di Pasar Bunga Bandungan. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan menggunakan metode *purposive*, yaitu dimana penentuan lokasi dilakukan secara sengaja atas pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan lokasi penelitian didasarkan karena Pasar Bunga Bandungan banyak diminati konsumen dan menjadi salah satu destinasi wisata di Kecamatan Bandungan. Data wisatawan domestik di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang tahun 2020 berjumlah 12.795 jiwa (BPS Semarang, 2021). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dilakukan melalui wawancara menggunakan kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan.

Penentuan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan teknik *accidental sampling*. Sampel penelitian yang dipilih yaitu konsumen yang membeli bunga krisan potong dengan lokasi yang sudah ditentukan dengan kriteria usia rentang 17-55 tahun. Sampel yang diambil dengan kriteria konsumen yang telah melakukan transaksi atau pembelian bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran dikarenakan populasi yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Berdasarkan rumus Cochran didapatkan jumlah responden sebanyak 96 yang kemudian dibulatkan menjadi 120. Sehingga didapatkan untuk jumlah sampel sebagai responden adalah 120 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil dari sumber utama yang didapatkan secara langsung melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Data sekunder diambil dari studi Pustaka, buku, jurnal dan literatur yang berkaitan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis data deskriptif digunakan untuk menjelaskan data yang terkumpul selama kegiatan penelitian. Analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner. Analisis regresi logistik biner yaitu metode analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel terikat (Y) yang bersifat biner dengan variabel bebas (X).

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian mencakup uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan pada 30 responden, diluar sampel yang digunakan. Responden yang terlibat dalam uji instrumen penelitian kemudian dianalisis menggunakan SPSS 26.

2. Analisis Regresi Logistik Biner

Regresi logistik adalah salah satu jenis regresi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen yang bersifat biner. Data biner pada variabel dependen hanya memiliki dua kemungkinan hasil atau terdiri dari dua kriteria saja. Secara umum, hasilnya dilambangkan dengan Y = 1 dan Y = 0, yang menunjukkan keadaan yang berlawanan. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah Y = 1 (membeli) dan Y = 0 (tidak membeli).

Adapun persamaan model regresi regresi logistik biner adalah :

$$Y_i = \ln \frac{Mengikuti}{1-mengikuti} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian (0=tidak membeli, 1=membeli)
 β_0 = konstanta
 $\beta_{1, 2, 3, 4, 5}$ = Koefisien regresi
X1 = kualitas produk (skor)
X2 = kualitas pelayanan (skor)
X3 = selera konsumen (skor)
X4 = harga (rupiah)
X5 = pendapatan (rupiah)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pasar Bunga Bandungan

Pasar Bunga Bandungan terletak di Jalan Dr. Cipto, Desa Jetis, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Pasar Bunga Bandungan berada di kawasan dataran tinggi Bandungan sehingga menjadi pusat aktivitas ekonomi terkhusus sektor florikultura. Pasar tersebut menjadi tempat berkumpulnya para petani, pedagang, dan konsumen bunga dari berbagai daerah. Saat ini total 350 anggota yang tergabung dalam Paguyuban Pasar Bunga Bandungan. Jumlah tersebut meliputi petani dan pedagang bunga. Salah satu komoditas unggulan yang diperjualbelikan di Pasar Bunga Bandungan yaitu bunga krisan potong. Para pedagang menjual bunga dalam bentuk ikatan atau satuan tangkai dengan variasi warna dan ukuran. Penjual menjual bunga krisan potong mulai dari Rp5.000 per tangkai. Harga yang ditawarkan cenderung bersaing, bergantung pada kualitas bunga, ukuran tangkai, dan warna. Jenis-jenis bunga krisan yang dijual seperti bakardi, jarum, kontak orange, salem, rexim, lamet, lolypop, lolypred, pimpong, puma ijo, feelling green, fiji putih, fiji pink, fiji kuning, dan nismara. Bunga krisan potong memiliki nilai estetika tinggi yang digunakan dalam berbagai keperluan acara. Permintaan bunga krisan potong mengalami peningkatan pada waktu-waktu tertentu, seperti menjelang hari besar ataupun perayaan.

Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden meliputi karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan frekuensi pembelian yang dilihat dari 120 sampel. Gambaran umum responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		
Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	20
Perempuan	96	80
Usia		
≤ 20	12	10,0
21 – 30	82	68,3
31 – 40	17	14,2
41 – 50	7	5,8
≥ 50	2	1,7
Tingkat Pendidikan		
SD Sederajat	0	0
SMP Sederajat	3	2,5
SMA Sederajat	60	50,0
Diploma/Sarjana	57	47,5
Pendapatan		
$\leq 1.034.442$ (Sangat Rendah)	5	4,2
$>1.034.442 - \leq 2.234.953$ (Rendah)	38	31,7
$>2.234.953 - \leq 3.435.464$ (Sedang)	52	43,3
$>3.435.464 - \leq 4.635.975$ (Tinggi)	13	10,8
$>4.635.975$ (Sangat Tinggi)	12	10,0
Frekuensi Pembelian		
0	21	17,5
1 kali	42	35,0
2 kali	43	35,8
≥ 3 kali	14	11,7
Total	120	100

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Tabel 1. Menyatakan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 120 responden, terdapat 20% laki-laki dan 80% perempuan. Rata-rata pembeli bunga krisan potong yaitu berjenis kelamin perempuan. Rata-rata pembeli bunga krisan potong yaitu berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut berarti bahwa mayoritas konsumen bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan adalah perempuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih tertarik pada bunga krisan potong dibandingkan laki-laki. Hal ini sejalan dengan pendapat Ardelia *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung menyukai bunga karena faktor keindahannya serta perempuan memiliki perasaan yang lebih besar dibanding laki-laki. Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini melibatkan 120 responden yang terbagi ke dalam beberapa kelompok usia. Data ini menunjukkan bahwa konsumen bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun. Usia 21-30 tahun merupakan kelompok usia yang aktif dan cenderung suka berbelanja. Menurut Immanuel dan Yuwono (2020) rentang usia 21 hingga 30 adalah fase dimana seseorang mulai menjalani berbagai aspek kehidupan, seperti pernikahan, kelulusan, atau pencapaian lainnya.

Mayoritas konsumen bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan adalah individu dengan latar belakang pendidikan SMA/Sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa pada jenjang pendidikan tersebut memiliki ketertarikan yang cukup tinggi terhadap pembelian bunga krisan potong. Ketertarikan ini dapat dikaitkan dengan pola gaya hidup yang semakin konsumtif di kalangan pelajar. Menurut Ardelia *et al.* (2021) gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelajar atau mahasiswa karena manusia lebih sering menghabiskan uangnya untuk membeli sesuatu yang diinginkan.

Dominasi kelompok pendapatan mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki kemampuan ekonomi yang terbatas, yang kemungkinan besar memengaruhi pola konsumsi, prioritas kebutuhan, serta daya beli terhadap produk atau layanan tertentu. Hal ini menandakan bahwa meskipun

kemampuan finansial terbatas, konsumen masih bersedia mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk pembelian bunga yang dilakukan secara selektif dan dalam jumlah terbatas. Hal ini sesuai dengan pendapat Putri *et al.* (2017) jumlah pendapatan yang diperoleh seseorang berhubungan dengan jenis pekerjaan yang akan memengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk. Rata-rata konsumen bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandung melakukan pembelian 2 kali. Hasil ini menunjukkan bahwa banyak konsumen yang memiliki ketertarikan dan loyalitas, sehingga mereka memutuskan untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan pendapat Mawaddah *et al.*, (2024) pembelian berulang terjadi karena konsumen percaya bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat yang konsisten dan memuaskan, serta memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan.

Keterbatasan pendapatan cenderung menghambat frekuensi pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan rendah cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian, kemungkinan karena keterbatasan daya beli dan prioritas terhadap kebutuhan pokok lainnya. Hal ini sesuai pendapat Qanita (2020) yang menjelaskan bahwa masyarakat harus benar-benar bijak dalam mengatur keuangan dan mungkin mengeliminasi beberapa pengeluaran yang tidak begitu dibutuhkan. Kelompok responden dengan pendapatan $>1.034.442$ - $\leq 2.234.953$ dan $>2.234.953$ - $\leq 3.435.464$ terjadi peningkatan frekuensi pembelian. Konsumen pada kelompok ini kemungkinan memiliki sisa pendapatan yang cukup setelah memenuhi kebutuhan pokok, sehingga mampu mengalokasikan dana untuk pembelian bunga sebagai kebutuhan sekunder. Kelompok pendapatan $>3.435.464$ - $\leq 4.635.975$ dan $>4.635.975$ justru mengalami penurunan frekuensi pembelian. Penurunan frekuensi pembelian disebabkan karena preferensi dan selera konsumen terhadap produk yang tersedia.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen

1. Kualitas Produk (X1)

Variabel kualitas produk bunga krisan potong dalam penelitian ini merujuk pada persepsi konsumen terhadap berbagai aspek yang mencerminkan mutu dari bunga yang dibeli, baik secara fisik maupun fungsional. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mengenai kualitas produk disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Bunga krisan potong yang ditawarkan oleh pedagang segar dan tidak layu	5,8	14,3	15,8	35,8	28,3	3,7
2	Bunga krisan potong yang dijual memiliki warna dan fisik yang menarik	6,7	8,3	13,3	34,2	37,5	3,9
3	Jenis bunga krisan potong yang ditawarkan bervariasi	6,7	9,2	14,2	38,3	31,6	3,8
4	Pedagang mengemas bunga krisan potong dengan menarik	3,3	10,8	17,5	41,7	26,7	3,8
5	Bunga krisan potong yang dibeli dapat bertahan hingga beberapa hari	8,3	10,8	26,7	35	19,2	3,5
X1							3,7

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa bunga krisan potong yang ditawarkan penjual memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut dikarenakan penjual menjaga kualitas produk dengan cara membersihkan bunga potong dan menempatkannya dalam wadah berisi air, serta secara rutin mengganti air tersebut agar bunga tetap segar dan tidak cepat layu. Mayoritas konsumen juga berpendapat bahwa bunga yang ditawarkan oleh penjual memiliki warna yang menarik dan kondisi fisik yang baik. Saat konsumen membeli, penjual segera membersihkan kelopak yang layu dan daun-daun yang terdapat pada tangkai. Responden merasa bahwa produk yang ditawarkan mencakup beberapa jenis dan warna krisan yang berbeda serta menyediakan pilihan kemasan yang beragam sehingga penjual dapat mengemas bunga krisan potong sesuai dengan keinginan konsumen.

Konsumen memperhatikan perawatan bunga krisan sehingga dengan memperhatikan perawatan yang benar bunga krisan akan awet selama berhari-hari.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mengenai kualitas pelayanan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Kebersihan dan kenyamanan dari Pasar Bunga Bandungan sangat baik	4,2	9,2	28,3	40,8	17,5	3,6
2	Penjual berperlakuan sopan terhadap semua konsumen	5,8	5	29,2	36,7	23,3	3,7
3	Penjual di Pasar Bunga Bandungan tertata rapi	6,7	5	31,7	40	16,7	3,5
4	Penjual melayani konsumen dengan cepat dan tanggap	2,5	10	26,7	38,3	22,5	3,6
5	Penjual memberikan informasi mengenai produk dengan tepat.	5	6,7	25,8	39,2	23,3	3,7
X2							3,6

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai kebersihan dan kenyamanan Pasar Bunga Bandungan sangat baik. Hal tersebut dikarenakan penjual memperhatikan sampah bunga krisan dan terdapat petugas yang rutin membersihkan area setelah aktivitas perdagangan. Konsumen menilai bahwa penjual mempunyai empati yang tinggi terhadap konsumennya yang ditunjukkan dengan pelayanan yang ramah dan menekankan perhatian lebih ke konsumen. Mayoritas konsumen merasakan bahwa penjual cepat tanggap melayani. Hal tersebut merupakan usaha penjual dalam memberikan pelayanan yaitu dengan tanggap bertanya keinginan konsumen mengenai jenis bunga krisan yang ingin dibeli. Konsumen juga berpendapat bahwa penjual bunga memiliki pengetahuan dan informasi tentang produknya. Penjual memberikan informasi kepada pembeli yang bertanya mengenai jenis bunga maupun harganya. Selain itu, penjual juga memberikan rekomendasi desain bunga yang sesuai untuk konsumennya agar terlihat menarik.

3. Selera Konsumen (X3)

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mengenai selera konsumen disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Jawaban Responden Terhadap Selera Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Anda membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena banyak jenisnya	0	14,2	25	39,2	21,7	3,7
2	Anda membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena sesuai dengan kebutuhan	9,2	5,8	20	48,3	16,7	3,6
3	Anda membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena senang terhadap pelayanan dan produk yang dijual	5,8	10	24,2	31,7	28,3	3,7
4	Anda membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena pilihan lebih beragam seperti warna, panjang batang, dan tingkat kemekaran	13,3	0	21,7	40,8	24,2	3,6

Sumber: Analisis Data Primer, 2025.

5	Anda membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena terdapat banyak penjual sehingga anda dapat membandingkan harga dan kualitas	7,5	6,7	13,3	34,2	38,3	3,9
	X3						3,7

Berdasarkan hasil penelitian, responden sebagian besar setuju bahwa bunga krisan potong dijual banyak jenisnya. Jenis-jenis bunga krisan seperti bakardi, jarum, kontak orange, salem, rexim, lamet, lolypop, lolyred, pimpong, puma ijo, feelling green, fiji putih, fiji pink, fiji kuning, dan nismara. Konsumen cukup setuju untuk membeli bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan karena sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain faktor keinginan, konsumen juga membeli bunga krisan potong untuk memenuhi kebutuhan acara atau perayaan orang terdekat, sehingga manfaat tersebut dapat tercapai. Produk yang ditawarkan oleh penjual memiliki keberagaman baik dari warna, tingkat kemekaran, dan kemasannya. Banyaknya pedagang di Pasar Bunga Bandungan sehingga konsumen dapat memilih penjual dan harga yang sesuai selera. Konsumen dapat membandingkan harga antar para penjual yang sesuai dengan biaya pribadi.

4. Harga (X4)

Harga bunga satuan yang ditawarkan penjual mulai dari Rp5.000 sesuai dengan jenis bunga krisan yang dipilih. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mengenai harga disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Jawaban Responden Terhadap Jumlah Harga

Kategori	Jumlah Harga ---(Rp)---	Jumlah ---(org)---	Percentase ---(%)---
Sangat Tidak Mahal	≤ 40.000	54	45,0
Tidak Mahal	>40.000 - ≤ 78.000	45	37,5
Cukup Mahal	>78.000 - ≤ 116.000	14	11,7
Mahal	>116.000 - ≤ 154.000	5	4,2
Sangat Mahal	>154.000	2	1,7
Total		120	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Konsumen cenderung menganggap harga murah sudah memadai untuk memenuhi kebutuhan estetika bunga krisan tanpa perlu membayar lebih untuk kualitas yang lebih tinggi. Alasan yang lain yaitu kemungkinan bahwa sebagian besar konsumen memiliki keterbatasan dalam kemampuan finansial, sehingga mereka cenderung mengalokasikan anggaran yang relatif kecil untuk pembelian produk bunga.

Uji Kelayakan Instrumen

Uji validitas menunjukkan bahwa semua data valid karena telah memenuhi kriteria uji validitas yaitu nilai signifikansi $>0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud dan semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai alat bantu penelitian yang sah. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach's alpha* $> 0,6$, yang berarti item-item pertanyaan dapat dianggap reliabel.

Uji Regresi Logistik Biner

Uji Hosmer and Lemeshow menunjukkan nilai Chi-square sebesar 1,403 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 8 dan signifikansi sebesar 0,994. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik yang digunakan memiliki *goodness-of-fit* yang baik. Hasil dari uji Nagelkerke R Square dapat dilihat pada Lampiran 8. Berdasarkan hasil uji, nilai Nagelkerke R square sebesar 0,833 dan Cox & Snell R Square sebesar 0,504 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 83,3% dan terdapat 16,7% faktor lain yang menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghazali (2018), nilai Nagelkerke's R^2 menunjukkan sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam uji regresi logistik biner dapat dilihat baik secara simultan maupun parsial.

1. Uji Simultan

Uji simultan digunakan untuk mengukur kelayakan model regresi logistik secara keseluruhan. Hasil uji simultan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

Omnibus Tests of Model Coefficients			
	Chi-square	df	Sig
Step	84,048	5	,000
Block	84,048	5	,000
Model	84,048	5	,000

Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan hasil uji Omnibus Tests of Model Coefficients, nilai *chi-square* sebesar 84,048 dengan derajat kebebasan (df) sebanyak 5 dan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik yang dihasilkan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang dimasukkan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Parsial

Pengujian koefisien parameter secara parsial dapat dilakukan dengan menggunakan uji *wald*. Hasil analisis data uji *wald* dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 7. Hasil Uji Wald

Variabel	B	Wald (Sig)
Konstanta (a)	-24,444	,007
Kualitas Produk (X_1)	0,386	,004
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,030	,833
Selera Konsumen (X_3)	0,527	,012
Harga (X_4)	2,660	,047
Pendapatan (X_5)	2,570	,039

Analisis Data Penelitian (2025)

Hasil uji parsial pada Tabel 7, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), selera konsumen (X_3), harga (X_4), dan pendapatan (X_5) secara parsial memengaruhi keputusan pembelian bunga krisan potong, sedangkan variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial tidak memengaruhi keputusan pembelian bunga krisan potong. Variabel kualitas produk (X_1) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga. Setiap peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi kualitas bunga yang ditawarkan misalnya dari segi kesegaran, keawetan, bentuk, dan warna yang menarik maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk membeli. Kualitas produk menjadi aspek yang dipertimbangkan serius oleh konsumen dalam memutuskan pembelian. Menurut pendapat Abshor *et al.* (2018) bahwa apabila kualitas produk memenuhi harapan konsumen, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

Variabel kualitas pelayanan (X_3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,833 lebih besar dari 0,05. Artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian bunga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penjual memberikan pelayanan yang baik seperti sikap ramah, responsif, dan informatif. Aspek-aspek tersebut tidak menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hatami *et al.* (2022) bahwa kualitas pelayanan sulit diikuti oleh para penjual karena hal tersebut ditentukan oleh faktor manusia. Konsumen cenderung lebih mengutamakan faktor-faktor lain seperti kualitas produk dan harga dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan.

Variabel selera konsumen (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa selera konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian bunga. Hasil tersebut menunjukkan bahwa selera berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli bunga krisan potong. Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan preferensi pribadi seperti warna, bentuk, aroma, maupun jenis bunga yang disukai. Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan selera konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal tersebut sejalan

dengan pernyataan Lestari dan Saidah (2023) bahwa konsumen dapat dengan mudahnya berpindah dari satu produk ke produk lain sesuai dengan selera atau kesukaannya.

Variabel harga (X4) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian bunga dengan nilai signifikansi sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05. Semakin terjangkau dan sebanding harga bunga dengan manfaat yang diperoleh, semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli. Harga yang kompetitif dianggap mampu menciptakan nilai lebih bagi konsumen terutama jika dikaitkan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam aktivitas di pasar, mayoritas konsumen cenderung sensitif terhadap harga sehingga penjual yang menawarkan harga wajar akan lebih menarik minat beli. Hal ini sejalan dengan pendapat Fitri *et al.* (2024) harga juga sangat memengaruhi target segmen pasar yang dituju, semakin cocok harga dengan konsumen maka segmen pasar yang diinginkan akan semakin luas. Strategi penetapan harga yang tepat dapat menjadi kunci dalam meningkatkan volume penjualan bunga.

Variabel pendapatan (X5) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,039 lebih besar dari 0,05 artinya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian bunga. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka membeli bunga krisan potong. Konsumen berpendapatan tinggi umumnya memiliki daya beli lebih besar dan fleksibilitas dalam mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan non-primer, termasuk produk dekoratif seperti bunga krisan. Hal ini sejalan dengan pendapat Adriani *et al.* (2022) bahwa konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki daya beli yang lebih besar karena memiliki keleluasaan dalam melakukan pembelian sesuai keinginannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen bunga krisan potong didominasi oleh perempuan, kelompok usia mayoritas 21-30 tahun, tingkat pendidikan terakhir SMA/sederajat, pendapatan Rp2.234.953-Rp3.435.464, dan frekuensi pembelian 2 kali. Secara serempak variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, selera konsumen, harga, pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan potong. Secara parsial variabel kualitas produk, selera konsumen, harga pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan potong di Pasar Bunga Bandungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiholan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk torabika duo (Studi Kasus di Area Kabupaten Demak). *Journal of Management*, 4(4).
- Adriani, D., Sinaga, A. F., Puspitasari, D., & Sinulingga, F. A. B. (2022). Analisis harga, pendapatan, dan permintaan bahan pokok di Medan: suatu kajian literatur. *J. Program Studi Pendidikan Ekonomi*.
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar modern. *J. Riset Sains Manajemen*, 1(1): 35 – 42.
- Badan Pusat Statistik (2021). Luas panen, produksi, dan rata-rata produksi krisan di Kabupaten Semarang, 2020. Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- Badan Pusat Statistik (2021). Jumlah pengunjung wisata bandungan menurut bulan di kabupaten semarang tahun 2020. Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- Fitri, F., Astuti, W., Arhim, M., & Halik, R. A. F. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kabupaten Polewali Mandar. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(1): 73 – 82.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro
- Hatami, W., Kusno, K., Sadeli, A. H., & Wiyono, S. N. (2022). Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dalam proses pembelian beras hitam organik produksi Gapoktan Wangunsari Cisayong Tasikmalaya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2): 920 – 932.

- Immanuel, D. M., & Yuwono, S. B. (2020). Analisis keputusan pembelian produk hampers (studi empiris pada konsumen produk hampers di Surabaya). *J. Ekonomi dan Bisnis*, *7* (1): 16 – 36.
- Lestari, A. P., & Saidah, Z. (2023). Analisis preferensi konsumen terhadap atribut beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. *Agrikultura*, *34*(1): 28 – 36.
- Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian berulang: produk, harga, promosi, dan layanan (literature review perilaku konsumen). *J. Manuhara*, *2*(3): 115 – 127.
- Putri, D., Yusmini, Y., & Eliza, E. (2017). Analisis bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen raudhah chicken di Jalan Durian Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University). *J. Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau*, *4*(1): 1 – 15.
- Qanita, A. (2020). Analisis layanan belanja “kriing” pasar tradisional Anom Baru Sumenep di tengah pandemi covid-19 dengan metode swot dan qspm. *Airlangga Journal of Innovation Management*, hal. 160-174.