

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI KAWASAN  
LUBUK MINTURUN KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**Oleh**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

# ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI KAWASAN LUBUK MINTURUN KOTA PADANG

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen tanaman hias di Kawasan Lubuk Minturun Kota Padang. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, mayoritas responden tanaman hias adalah perempuan, berumur 36 – 50 tahun, status pernikahan sudah menikah, jumlah anggota keluarga 4 – 6 orang, pekerjaan Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai Swasta, pendidikan terakhir Sarjana, pendapatan per bulan > Rp. 3.500.000, dan jarak ke lokasi pembelian >3 km. Berdasarkan model penelitian yang dilakukan didapatkan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,672. Nilai dari uji F didapatkan sebesar 13,084 artinya faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor produk, faktor harga, faktor tempat, dan faktor promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Sedangkan uji t hanya faktor psikologi (nilai sebesar 1,858), faktor harga (nilai sebesar 2,599), dan faktor promosi (nilai sebesar 3,528) yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen terhadap tanaman hias di Kawasan Lubuk Minturun.

**Kata Kunci:** keputusan pembelian, psikologi, harga, dan promosi

# ANALYSIS FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE ORNAMENTAL PLANTS IN LUBUK MINTURUN AREA OF PADANG CITY

## Abstract

*This study aims to describe the consumer characteristics of ornamental plants and analyze factors affecting consumers' decisions to purchase ornamental plants in the Lubuk Minturun Area of Padang City. This research was conducted from June until July 2022. The research chose consumer respondents using the accidental sampling method with 60 respondents. The research finds that the main characteristics of the ornamental plant in the research area are women aged 36-50 years old, married with 4 – 6 family members, work as Civil Servants and Private employees, the last education of bachelors, monthly income higher than Rp. 3,500,000, and the distance to the purchase location is more than three km. Based on the research model, the value of the coefficient of determination was 0.672. The value of the F test was 13,084, meaning simultaneously, cultural, social, personal, psychological, product, price, place, and promotional factors significantly influence the consumer's purchasing decision. However, partially, the t-test finds that only a psychological factor (value of 1,858), a price factor (a value of 2,599), and a promotion factor (a value of 3,528) have a significant influence on the consumer's purchasing decision process for ornamental plants in the Lubuk Minturun Area.*

**Keywords:** *purchasing decisions, psychological, price, and promotion*

