

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ANGGREK
DENDRODIUM**

(Studi Kasus di PT. Java Indo Arjuna Kecamatan Singosari Malang)

Raihanul Falah Al Haris¹, Bambang Siswadi², Sri Hindarti².

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: 21901032020@unisma.ac.id

²Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: bsdidiek171@unisma.ac.id, Email: srihin@unisma.ac.id

Abstract

In East Java orchid production is decreasing and the trend is also starting to decrease, but in Malang City, especially PT. Java Indo Arjuna is still running the orchid business and there are still many consumers who are interested in buying orchids as collections, home decorations and hobbies. Therefore, research was conducted with the title Factors that Influence Dendrodium Orchid Purchasing Decisions (Case Study at PT. Java Indo Arjuna, Singosari District, Malang). The aim of this research is to analyze the factors that influence consumer decisions regarding purchasing orchids in Malang City. The research location was carried out at PT. Java Indo Arjuna, Singosari District, Malang. Sampling used accidental sampling technique. Accidental sampling is taking respondents as samples based on chance, that is, anyone who meets the researcher by chance can be used as a sample, if the person they happen to meet is suitable as a data source. A good sample is between 30 – 500 respondents. So in this research the sample that will be taken is 60 respondents. The data collection method in this research area comes from primary data and supporting literature. Primary data was obtained from questionnaires, while long literature data was obtained from various sources such as books, internet, journals, theses and other supporting sources. The data analysis method used in this research is quantitative descriptive. Descriptive methods are used to identify, explain and tabulate questionnaire data. The results of the research show that consumers of dendrodium orchids are predominantly female, with an average age of 20 - 30 years, have a bachelor's degree, work as private employees, and have a monthly income of IDR 1,000,000 - IDR 2,000,000 and have family members. as many as 3 – 4 people. Factors that influence the purchase of orchids at PT. Java Indo Arjuna is work, taste, product quality, promotion, service, process and physical appearance. Suggestions for future researchers are to add other variables that have not been included in this research and examine other types of orchids, such as moon orchids, vanda orchids, cattleya orchids. Efforts are needed from companies or other orchid farmers to develop and create new types of orchids with their own beauty in order to increase the appeal of consumers and orchid lovers.

Keywords: Consumer Characteristics, Consumer Decisions, Logit Model Regression Analysis.

Abstrak

Di Jawa Timur produksi Anggrek yang menurun dan juga trend yang mulai berkurang namun di Kota Malang khususnya PT. Java Indo Arjuna masih tetap melakukan usaha Anggrek

serta masih banyak konsumen yang berminat untuk membeli bunga Anggrek sebagai koleksi, hiasan rumah dan hobi. Oleh karena itu, diadakan penelitian dengan judul Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Anggrek Dendrodium (Studi Kasus di PT. Java Indo Arjuna Kecamatan Singosari Malang). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian anggrek di Kota Malang. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Java Indo Arjuna Kecamatan Singosari Malang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Sampel yang baik antara 30 – 500 responden. Sehingga dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 60 responden.. Metode pengumpulan data di daerah penelitian ini bersumber dari data primer dan literatur penunjang. Data primer diperoleh dari kuisisioner sedangkan data literatur panjang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, internet, jurnal, skripsi serta sumber lain yang mendukung. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi, menjelaskan, dan mentabulasi data kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen anggrek dendrodium dominan berjenis kelamin perempuan, dengan usia rata rata berumur 20 – 30 tahun, berpendidikan akhir sebagai sarjana, memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, serta memiliki penghasilan perbulan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dan memiliki anggota keluarga sebanyak 3 – 4 orang. Faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian anggrek di PT. Java Indo Arjuna adalah pekerjaan, selera, kualitas produk, promosi, pelayanan, proses, dan tampilan fisik. Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang belum tercantum didalam penelitian ini dan meneliti jenis – jenis anggrek lain, seperti anggrek bulan, anggrek vanda, anggrek cattleya. Diperlukan upaya dari perusahaan atau petani anggrek lain untuk mengembangkan dan menciptakan jenis anggrek baru dengan keidahan tersendiri agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta para pecinta anggrek.

Kata Kunci : Karakteristik Konsumen, Keputusan Konsumen, Analisi Regresi Model Logit

PENDAHULUAN

Bunga Anggrek dari Indonesia beraneka ragam coraknya, setiap daerah di keberadaan dan produksinya terus di cari.Artinya keberadaannya tidak mengenal musim dan disukai manusia sepanjang zaman. Karenanya, tidak mengherankan jika ilmuan Indonesia memiliki bunga Anggrek yang memiliki corak yang berbeda. Setiap tahun muncul corak-corak yang baru akibat persilangan bunga Anggrek dengan jenis-jenis Anggrek yang lain. Produksi anggrek potong tahun 2007 menduduki urutan ke 5 setelah gladiol yaitu sebanyak 9.484.393 (Direktorat Jenderal Hortikultura 2003-2007). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, Indonesia memproduksi 11,7 juta tangkai tanaman anggrek pada 2020. Jumlah tersebut turun 37,2% dari tahun sebelumnya yang mencapai 18,6 juta tangkai. Jawa Timur dinobatkan sebagai provinsi sentra tanaman anggrek pada 2020. Berdasarkan catatan BPS, produksi tanaman anggrek di Jawa Timur mencapai 4,25 juta tangkai, Provinsi Jawa Barat menyusul di posisi kedua dengan produksi sebanyak 4,07 juta tangkai pada 2020. Berikutnya, Banten berada di posisi ketiga menghasilkan sebanyak 1,36 juta tangkai. Sementara, produksi tanaman anggrek di Kalimantan Barat dan Jawa Tengah masing-masing mencapai 752,8 ribu tangkai dan 522,9 ribu tangkai. Anggrek jenis Dendrobium merupakan anggrek yang biasa hidup pada daerah tropis dan relatif mudah dalam membudidayakannya. Anggrek jenis ini merupakan genus terbesar dari anggrek yang memiliki lebih dari 1300 spesies berbeda (Maitra, et al, 2020).

Dendrobium adalah spesies anggrek yang memiliki warna bunga yang beragam dan banyak dijadikan sebagai bunga hias sehingga memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi.

Sejalan dengan penjelasan diatas inilah yang menjadi dasar ketertarikan melakukan penelitian ini, dikarenakan di Jawa Timur produksi Anggrek yang menurun dan juga trend yang mulai berkurang namun di Kota Malang khususnya PT. Java Indo Arjuna masih tetap melakukan usaha Anggrek serta masih banyak kosumen yang berminat untuk membeli bunga Anggrek sebagai koleksi, hiasan rumah dan hobi. Oleh karena itu, diadakan penelitian dengan judul Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Anggrek Dendrodium (Studi Kasus di PT. Java Indo Arjuna Kecamatan Singosari Malang). Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian Anggrek di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Java Indo Arjuna yang secara geografis terletak di Dusun Krewah Desa Toyomarto Kec. Singosari Kab. Malang Jawa Timur 65153. Perusahaan ini merupakan pengembangan dari kebun anggrek singosari yang telah dirintis sejak tahun 2012 dan bergerak dibidang pemuliaan, budidaya dan perdagangan anggrek. tujuan utama pendirian perusahaan ini adalah merubah entitas bisnis kebun anggrek singosari yang awalnya perusahaan perorangan menjadi perseroan terbatas, sebagai wadah pengembangan bidang usaha yang lebih besar serta mengembangkan berbagai komoditas yang tidak hanya terbatas pada tanaman anggrek saja. Pelaksanaan penelitian ini bertepatan bulan Agustus 2023.

Dalam peneilitian ini metode pengambilan sample menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Menurut Sugiyono (2009), accidental sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Menurut Sugiyono (2008) Sampel yang baik antara 30 – 500 responden. Sehingga dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 60 responden.

Metode pengumpulan data di daerah penelitian ini bersumber dari data primer dan literatur penunjang. Data primer diperoleh dari kuisisioner sedangkan data literatur panjang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, internet, jurnal, skripsi serta sumber lain yang mendukung. Data primer dikumpulkan melalui wawancara kepada responden dengan memberikan kuisisioner melalui google form. Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan Google Form secara langsung kepada konsumen dan melalui media online seperti WhatsApp. Literatur penunjang adalah sumber atau acuan yang digunakan untuk tambahan informasi dan sebagai menunjang dalam penelitian. Sumber dari literatur diperoleh melalui buku, internet, jurnal, skripsi atau penelitian terdahulu serta sumber lain yang mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisi Faktor – Faktor Keputusan Pembelian Anggrek di PT. Java Indo Arjuna Kec. Singosari Malang

Menjawab tujuan penelitian yaitu faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian anggrek, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji regresi logistik dengan tingkat kepercayaan 95% atau α sebesar 0,5%. Adapun untuk mempermudah analisis data menggunakan program SPSS 25. Berikut merupakan hasil pengujian dan pembahasan mengenai analisis regresi logistik pada variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian anggrek di PT. Jawa Indo Arjuna.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisioner dari masing – masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item – Item Variabel

Variable	r hitung	r tabel	Keterangan
Pendapatan	0,999	0,254	Valid
Pekerjaan	0,350	0,254	Valid
Gaya Hidup	0,403	0,254	Valid
Selera	0,498	0,254	Valid
Kualitas Produk	0,343	0,254	Valid
Harga	0,907	0,254	Valid
Promosi	0,276	0,254	Valid
Orang	0,296	0,254	Valid
Proses	0,302	0,254	Valid
Tampilan Fisik	0,324	0,254	Valid

Sumber : Output SPSS 2023

Hasil pengujian validitas diatas terdiri dari 10 variabel dan diisi oleh 60 responden. Pengujian dilakukan agar dapat mengetahui kuisioner mana yang valid atau tidak valid. Rumus dari r tabel adalah $df = N-2$ jadi $60 - 2 = 58$, sehingga diperoleh nilai r tabel = 0,254. Berdasarkan hasil penghitungan validitas yang dilakukan dapat diketahui bahwa r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan semua variabelnya valid karena hasilnya lebih dari r tabel yaitu 0,254.

b. Uji Reliabilitas

Sebelum dilakukan pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu sebsar 0,60. Variabel yang dianggap reliabel jika nilai variabel tersebut >0,60 jika lebih kecil dari <0,60 maka variabel yang diteliti tidak bisa dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,737	10

Sumber : Output SPSS 2023

Hasil dari uji reabilitas pada tabel 4.8 variabel pendapatan, pekrjaan, gaya hidup, selera, kualitas produk, harga, promosi, orang, proses dan tampilan fisik diperoleh nilai cronbach's alpha yaitu $0,737 > 0,60$ maka dapat disimpulkan maka dapat simpulkan bahwa semua variabel

dinyatakan reliabel atau berpengaruh terhadap keputusan pembelian anggrek karena cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 atau masuk dalam kategori tinggi.

c. Uji Regresi Logistik

a. Uji Log Likelihood (Uji Keseluruhan Model) dan Koefisien Determinasi

Uji keseluruhan model fit dilakukan untuk menilai model yang dihipotesiskan telah fit atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai awal *-2 log likelihood* selanjutnya. Nilai *log -2 likelihood* dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Uji Likelihood awal

Iteration History ^{a,b,c}			
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step 0	1	82,911	,133
	2	82,911	,134

- i. Constant is included in the model.
- ii. Initial -2 Log Likelihood: 82,911
- iii. Estimation terminated at iteration number 2 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber : Output 2023

Tabel 4. Uji Likelihood dan Uji Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	33,215 ^a	,563	,752

- a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber : Output SPSS 2023

Berdasarkan hasil uji *Log Likelihood* yang disajikan pada tabel diperoleh nilai *Log Likelihood* pada blok number 0 ialah 82,911 > 33,215 nilai *Log Likelihood* pada blok number 1, artinya H_0 diterima. *Nagelkerke R Square* pada tabel diperoleh sebesar 0,752. Nilai tersebut menunjukkan nilai koefisien determinasi yang artinya 75,2% variabel dapat menjelaskan atau memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. sisanya 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

b. Uji Goodness of fit (Uji Kelayakan Model Model Regresi)

Kelayakan model regresi pada penelitian ini dinilai menggunakan *Hosmer and Lomeshow's Goodness of fit Test* yang diukur dengan nilai uji *chi square*, dimana jika probabilitas lebih dari 0,05 maka hipotesis nol dapat diterima. Hal ini berarti tidak ada perbedaan nilai observasi dengan data observasinya. Hasil dari nilai *Hosmer and Lomeshow's Goodness of fit Test* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Hosmer and Lomeshow

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	2,807	8	,946

Sumber : Output SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikan sebesar $0,946 > 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antar variabel karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau dapat diartikan bahwa model sudah baik atau sesuai.

c. Uji Chi Square

Uji Chi-Square digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil dari Chi-Square dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Hasil Uji Chi Square

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	49,696	10	,000
	Block	49,696	10	,000
	Model	49,696	10	,000

Sumber : Output SPSS 2023

Berdasarkan uji Chi-Square yang disajikan pada tabel diatas diperoleh nilai *chi-square* hitung sebesar 49,696 kemudian *chi-square* tabel sebesar 18,307 maka $49,696 > 18,37$. Kemudian untuk nilai signifikan sebesar 0,000 dan ini lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara serempak hubungan variabel pendapatan, pekerjaan, gaya hidup, selera, kualitas produk, harga, promosi, pelayanan, proses dan tampilan fisik terhadap pembelian anggrek dendrodium. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model pembelian anggrek sudah fit atau sesuai dengan observasi.

d. Uji Wald Parsial

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel. Hasil perhitungan dari uji ini dapat dilihat pada tabel :

Tabel 7. Hasil Uji Wald Parsial

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	X1 Pendapatan	,000	,000	,062	1	,348	1,000
	X2 Pekerjaan	1,367	,929	2,164	1	,000	3,923
	X3 Gaya Hidup	,816	,699	1,363	1	,442	2,261
	X4 Selera	2,832	1,355	4,370	1	,000	16,988
	X5 Kualitas Produk	2,440	1,561	2,444	1	,022	11,476
	X6 Harga	,000	,000	,509	1	,515	1,000
	X7 Promosi	1,120	1,366	,672	1	,029	3,064
	X8 Pelayanan	2,385	1,470	2,630	1	,036	10,856
	X9 Proses	,204	1,491	,019	1	,012	1,226
	X10 Tampilan Fisik	-3,491	1,676	4,339	1	,046	,030
	Constant	-36,160	15,596	5,376	1	,495	,000

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10.

Sumber : Output SPSS 2023

Hasil dari uji wald dapat dilihat dengan cara membandingkan kolom signifikan (sig). Dengan $\alpha = 0,05(5\%)$. Apabila tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak (signifikan). Sedangkan jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima (tidak signifikan). Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa terdapat 7 variabel yang berpengaruh secara nyata terhadap pengambilan keputusan pembelian anggrek di PT. Java Indo Arjuna. Antara lain adalah variabel : Pekerjaan, selera, kualitas produk, promosi, pelayanan, proses, dan tampilan fisik.

1. Pekerjaan (X1)

Menurut hasil uji *wald* yang disajikan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel pekerjaan(X₂) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000. Angka tersebut menunjukan $< 0,05$, yang artinya variabel tersebut memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembelian Anggrek Dendrodium di PT. Java Indo Arjuna. Nilai koefisien positif menunjukan bahwa semakin tinggi pekerjaan semakin tinggi juga konsumen untuk membeli anggrek lebih dari 3 tanaman. Berdasarkan nilai Exp (B) sebesar 3,923 yang menunjukan bahwa konsumen dengan pekerjaan yang tinggi memiliki peluang sebesar 3,923 kali dibandingkan konsumen dengan pekerjaan yang rendah. Pernyataan tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ainun Jariah (2012) yang mengatakan bahwa pekerjaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Selera (X2)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan pada tabel 15 dapat disimpulkan bahwa variabel selera (X₄) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000. Angka tersebut menunjukan $< 0,05$, artinya variabel selera berpengaruh

secara nyata terhadap pembelian anggrek di PT. Java Indo Arjuna. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa apabila selera semakin tinggi maka semakin tinggi juga konsumen memutuskan untuk membeli anggrek di PT. Java Indo Arjuna. Berdasarkan nilai dari Exp (B) sebesar 16,988 yang menunjukkan bahwa tingginya selera konsumen memiliki peluang sebesar 16,988 kali dibandingkan konsumen yang berselera rendah didalam konsumen membeli anggrek dengan frekuensi lebih dari 3 tanaman. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Benediktus Ariyanto Hermawan, 2014) diperoleh hasil yang menyatakan variabel selera secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen.

3. Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan hasil uji wald regresi logistik variabel kualitas produk (X₃) mempunyai nilai signifikan $0,022 < 0,05$. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian Anggrek Dendrodium. Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai Exp(B) sebesar 11,476 yang berarti bahwa semakin baik kualitas anggrek maka akan memiliki peluang 11,476 kali untuk dapat menambah daya tarik konsumen dalam pembelian Anggrek Dendrodium. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syaleh, 2017) yang memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Promosi (X4)

Berdasarkan hasil uji wald variabel promosi (X₄) mempunyai nilai signifikan 0,29. Angka tersebut menunjukkan $< 0,05$, yang artinya variabel promosi berpengaruh terhadap pembelian anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna. Berdasarkan nilai Exp(B) sebesar 3,064 menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan akan memiliki peluang 3,064 kali pada pengaruh konsumen dalam membeli anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anik Widati, 2017) yang memperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi promosi maka semakin tinggi keputusan pembelian.

5. Pelayanan (X5)

Berdasarkan hasil uji wald yang dilakukan dengan software SPSS 23 dan ditunjukkan pada tabel 15, terlihat variabel pelayanan (X₅) memiliki nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$, nilai tersebut memiliki arti variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna. Dengan nilai Exp (B) 10,856 yang menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan karyawan PT. Java Indo Arjuna maka akan memiliki peluang 10,856 kali pada konsumen dalam membeli anggrek dendrodium.

6. Proses (X6)

Berdasarkan hasil uji wald yang dilakukan menunjukkan variabel proses (X₆) memiliki nilai signifikan 0,012. Angka tersebut menunjukkan $< 0,05$ yang berarti variabel proses memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna. Berdasarkan nilai Exp (B) sebesar 1,226 menunjukkan bahwa semakin baik proses pengemasan ataupun proses transaksi maka akan memiliki peluang 1,226 kali pada konsumen untuk membeli anggrek

dendrodium lebih banyak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurmadina, 2016) yang menyatakan bahwa semakin besar nilai dari proses (process) maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk.

7. Tampilan Fisik (X7)

Berdasarkan hasil analisis uji wald dapat disimpulkan bahwa variabel tampilan fisik (X_{10}) mempunyai nilai signifikan $0,037 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak atau yang berarti variabel tampilan fisik memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian anggrek dendrodium. Berdasarkan nilai Exp (B) sebesar 0,030 yang menunjukkan tampilan fisik yang baik memiliki peluang 0,030 kali dibandingkan dengan tampilan fisik yang kurang baik didalam mempengaruhi konsumen pembelian anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang mengkaji pada keputusan konsumen dalam membeli anggrek dendrodium disimpulkan bahwa didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, dengan usia rata rata berumur 20 – 30 tahun, berpendidikan akhir sebagai sarjana, memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, serta memiliki penghasilan perbulan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dan memiliki anggota keluarga sebanyak 3 – 4 orang. Berdasarkan hasil uji *wald* melalui SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian anggrek dendrodium di PT. Java Indo Arjuna adalah variabel pekerjaan, selera, kualitas produk, promosi, pelayanan, proses, dan tampilan fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Jariah. (September 2012). Analisis Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang. *Jurnal WIGA*, 2 , 2.
- Anik Widati . (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bebek Goreng Pak Koes Yogyakarta.
- Benediktus Ariyanto Hermawan. (2014). Analisi Pengaruh Faktor Harga, Selera, Presentase, dan Kualitas Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sebuah Produk . 1-6.
- Direktorat Bina Produksi Hortikultura. (2003). *Informasi Teknis Norma Budidaya*. Jakarta.
- Nurmadina, N. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fashion Online di Kota Makassar). *Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Parnata, A,S . (2005). *Budidaya Dan Perawatan Anggrek*. Jakarta : Agromedia Pustaka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: PT Alfabet.
- Syaleh, H. (2017). Perencanaan dan Perancangan Perpustakaan Umum yang Sesuai Dengan Gaya Hidup Urban di Surabaya. Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER).