



## Pengaruh Minat dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tanaman Hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik

Nur Jannah Oryza Putri <sup>1</sup>, Iswati <sup>2</sup>, Anis Fitriyasaki <sup>3</sup>, Eny Sulistyowati <sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

Email : [nurjannahoryza@gmail.com](mailto:nurjannahoryza@gmail.com) <sup>1</sup> [iswativirgin@gmail.com](mailto:iswativirgin@gmail.com) <sup>2</sup>

[anisfitriyasaki@gmail.com](mailto:anisfitriyasaki@gmail.com) <sup>3</sup> [enysulistyowati7171@gmail.com](mailto:enysulistyowati7171@gmail.com) <sup>4</sup>

**Abstract.** *This research aims to analyze the influence of interest and price on purchasing decisions for ornamental plant products at flower shops in Banyuurip village, Kedamean Gresik district. This type of research is quantitative using an explanatory approach. The data collection technique was carried out using a questionnaire which was distributed to 100 customers who had made purchase transactions at least twice at the flower stand in Banyuurip Village, Kedamean Gresik District. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis t test, f test, classical assumptions, normality with the help of the SPSS program. The results of the research show that there is a positive and significant influence between purchasing interest and selling price on purchasing decisions for ornamental plant products at flower shops in Banyuurip village, Kedamean Gresik subdistrict." This research has the implication that flower shops in Banyuurip village must increase consumer buying interest so that consumers carry out purchase transactions regularly and sustainably and pay attention to selling prices that are competitive with other markets, the quality is the same but the price is slightly different or cheaper or the selling price is expensive but the quality is better.*

**Keywords:** Interest, Price, Purchase Decision, Ornamental Plant

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh minat dan harga terhadap keputusan pembelian produk tanaman hias di toko bunga di desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan eksplanatori. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 2 kali di stand bunga di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda uji t, uji f, asumsi klasik, normalitas dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara minat beli dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk tanaman hias di toko bunga di desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik". Penelitian ini memberikan implikasi bahwa Toko Bunga didesa Banyuurip harus meningkatkan minat beli konsumen agar konsumen melakukan transaksi pembelian secara berkala dan berkelanjutan serta memperhatikan harga jual yang kompetitif dengan pasaran lain kualitas sama namun harga selisih sedikit atau lebih murah atau harga jual mahal namun kualitasnya lebih baik.

**Kata Kunci:** Minat, Harga, Keputusan Pembelian, Produk Tanaman Hias

### 1. LATAR BELAKANG

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan respon untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya (Zulfikar, Muflikhati, and Irni Rahmayani 2023).

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Harga pula menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ulang suatu produk. Karena harga

merupakan salah satu unsur untuk mempertahankan konsumen. Harga dapat dikatakan sebagai usaha untuk mewujudkan citra suatu produk. Jika harga yang ditawarkan ke tangan konsumen tersebut bisa dikatakan baik, mulai dari terjangkau, mempunyai kualitas yang sama dengan harga yang murah dan tidak membosankan, maka dampak yang akan terjadi besar harapan konsumen akan membeli lagi produk tersebut.

Penulis mengambil judul skripsi “Pengaruh Minat dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Tanaman Hias” adalah ingin mengetahui minat dan harga masyarakat baik luar desa atau didalam desa khususnya masyarakat Gresik Selatan yang melakukan pembelian produk tanaman hias.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1 Minat**

Minat dalam kamus umum Bahasa Indonesia mempunyai arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (KBBI). Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang menghubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri( Andika & Jhonni, 2018; Fadli & Caniago, 2022).

### **2.2 Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau customer, akhirnya akan berdampak pada lesu atau menurunnya pemasaran suatu produk diperusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya.

### **2.3 Keputusan Pembelian**

Dalam buku Irham Fahmi (2016:2) bahwa “Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi”. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Terdapat dua jenis variabel pada penelitian kuantitatif ini yaitu variabel bebas (independen) yang meliputi Minat (X1) dan Harga (X2) dan variabel terikat (dependen) yang meliputi Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y).

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah seluruh masyarakat Gresik yang melakukan pembelian di stand bunga Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

##### 3.2.2 Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena populasi konsumen atau pembeli yang melakukan transaksi pembelian di stand bunga Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik tidak diketahui maka penulis menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$= 96,04$$

Keterangan :

$n$  : Jumlah Sampel yang Dicari

$Z^2$  : Nilai Standar = 1,96

$p$  : Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

$d^2$  = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlahnya dapat berubah-ubah.

### 3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Subjek penelitian dapat memberikan informasi mengenai data penelitian yang dapat menjelaskan karakteristik subjek yang diteliti.

Objek penelitian adalah topik permasalahan yang akan diteliti yang berkaitan dengan subjek penelitian, yaitu berupa karakteristik yang berkaitan dengan subjek penelitian. Berdasarkan pengertian subjek dan objek penelitian diatas, maka subjek dan objek penelitian ini adalah :

1. Masyarakat Wilayah Gresik
2. Berusia 14 s.d 50 tahun
3. Melakukan Pembelian di stand bunga Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Instrumen Data

#### 4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menyebar kuisioner kepada 100 orang responden. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kolom rhitung dan rtabel . Apabila rhitung  $>$  rtabel maka pernyataan tersebut valid.

#### 4.1.2 Uji Validitas Minat (X1)

Uji validitas kuesioner untuk variabel minat (X1) dalam penelitian ini di lakukan kepada 100 orang responden dengan df sebanyak 100 responden dan  $r_{tabel}$  sebesar 0,195 Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 1** Uji Validitas Minat (X1)

No	Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Sig.	Ket
1	Saya sering mencari informasi tentang produk baru sebelum membelinya.	0,372	0,195	0,001	Valid
2	Saya suka mengikuti tren dan membeli produk terbaru.	0,650	0,195	0,001	Valid
3	Saya senang jika orang lain mengetahui produk tanaman hias di Stand Bunga Banyuurip Kedamean Gresik yang saya sukai.	0,694	0,195	0,001	Valid

No	Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Sig.	Ket
4	Saya senang jika orang lain membeli produk tanaman hias di Stand Bunga Banyuurip Kedamean Gresik yang saya sukai.	0,641	0,195	0,001	Valid
5	Saya bersedia meluangkan waktu dan uang untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk tanaman hias	0,645	0,195	0,001	Valid
6	Saya merasa produk tanaman hias sangat menarik dan menyenangkan	0,605	0,195	0,001	Valid
7	Saya suka bertemu orang-orang baru yang menyukai produk tanaman hias.	0,685	0,195	0,001	Valid
8	Saya selalu tertarik untuk mempelajari tanaman hias yang sesuai dengan yang saya butuhkan	0,705	0,195	0,001	Valid

*Sumber : Data di Olah Peneliti 2024*

Pada data yang tertuang di Tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel Minat (X1) memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , yaitu 0,195. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel Minat (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

#### 4.1.3 Uji Validitas Harga (X2)

Uji validitas kuesioner untuk variabel harga (X2) dalam penelitian ini di lakukan kepada 100 orang responden dengan df sebanyak 100 responden dan  $r_{tabel}$  sebesar 0,195 Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 2** Uji Validitas Harga (X2)

No	Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Sig.	Ket
1	Menurut saya, harga produk yang ditawarkan oleh stand bunga di Desa Banyuurip Kedamean Gresik sangat terjangkau	0,663	0,195	0,001	Valid
2	Saya sangat setuju bahwa harga produk yang terjangkau merupakan faktor utama yang memengaruhi minat saya untuk membeli. Indikator Kesesuaian harga dengan Kualitas	0,620	0,195	0,001	Valid

No	Pernyataan	Rhitung	rtabel	Sig.	Ket
3	Saya bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk/jasa dengan kualitas yang lebih baik.	0,708	0,195	0,001	Valid
4	Harga produk Tanaman Hias di Desa Banyuurip Kedamean Gresik sesuai dengan kualitasnya.	0,723	0,195	0,001	Valid
5	Faktor harga sangat penting dalam memengaruhi keputusan saya untuk membeli produk tanaman hias.	0,715	0,195	0,001	Valid
6	Saya merasa harga produk tanaman hias sesuai dengan manfaat yang ditawarkan. Indikator Daya Saing Harga	0,733	0,195	0,001	Valid
7	Harga produk yang ditawarkan memiliki daya saing dengan harga produk sejenis di pasaran.	0,645	0,195	0,001	Valid
8	Saya bersedia membeli produk tersebut karena harganya lebih murah dibandingkan produk lain dengan kualitas yang setara.	0,712	0,195	0,001	Valid

*Sumber : Data di Olah Peneliti 2024*

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel Harga (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,195. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel harga (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

#### 4.1.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y1)

Uji validitas kuesioner untuk variabel keputusan pembelian (Y1) dalam penelitian ini di lakukan kepada 100 orang responden dengan df sebanyak 100 responden dan rtabel sebesar 0,195 Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 3** Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y1)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	Ket
1	Kepercayaan saya terhadap toko ini membuat saya lebih yakin untuk membeli produk di sini.	0,716	0,195	0,001	Valid
2	Saya percaya bahwa toko ini memiliki reputasi yang baik dalam melayani	0,705	0,195	0,001	Valid

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	Ket
	pelanggan.				
3	Jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, harga produk ini tergolong kompetitif.	0,727	0,195	0,001	Valid
4	Saya puas dengan kebijakan harga yang diterapkan oleh toko/penjual.	0,649	0,195	0,001	Valid
5	Saya memiliki niat beli produk ini karena hobby dan kegemaran saya terhadap tanaman hias.	0,694	0,195	0,001	Valid
6	Saya memiliki niat beli karena ada unsur kebutuhan didalamnya.	0,634	0,195	0,001	Valid
7	Seberapa besar Anda setuju dengan pernyataan berikut terkait pengaruh word-of-mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian Anda.	0,717	0,195	0,001	Valid
8	Saya lebih percaya pada rekomendasi dari orang lain dibandingkan dengan iklan.	0,632	0,195	0,001	Valid

*Sumber : Data di Olah Peneliti 2024*

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel keputusan pembelian (Y1) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,195. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel keputusan pembelian (Y2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

#### 4.1.4 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode cronbach alpha , yang dimana suatu instrument dikatakan realibel (dapat diandalkan) jika memiliki nilai 0,6 atau lebih.

**Tabel 4. 4** Nilai Reliabilitas Variabel Penelitianss-

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	75.6500	33.907	.374	.774
X1.2	75.8400	33.227	.387	.772
X1.3	75.6300	33.528	.368	.774
X1.4	75.7000	34.232	.153	.788
X1.5	76.0500	33.664	.193	.787
X1.6	75.5700	34.450	.232	.780
X1.7	75.7500	34.169	.227	.781
X1.8	75.7500	33.058	.382	.772
X2.1	75.7800	34.214	.245	.780
X2.2	75.6800	34.018	.312	.776
X2.3	75.7500	34.694	.163	.785
X2.4	75.7900	32.572	.402	.771
X2.5	75.6900	33.792	.279	.778
X2.6	75.7900	32.996	.367	.773
X2.7	75.8800	34.268	.227	.781
X2.8	75.7300	33.532	.373	.773
Y1.1	75.7500	33.523	.307	.777
Y1.2	75.7000	34.010	.332	.776
Y1.3	75.7800	33.305	.381	.773
Y1.4	75.7500	34.432	.247	.780
Y1.5	75.8000	32.424	.543	.764
Y1.6	75.7000	33.525	.398	.772
Y1.7	75.7200	32.810	.550	.766
Y1.8	75.6900	32.883	.465	.768

Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas variabel promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian > 0,6 yang berarti instrument penelitian tersebut dinyatakan reliabel dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

## 4.2. Uji Asumsi Klasik

### 4.2.1 Uji Normalitas

**Tabel 4. 5** Hasil Uji Normalitas

NPar Tests			
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.15587404	
Most Extreme Differences	Absolute	.068	
	Positive	.068	
	Negative	-.055	
Test Statistic		.068	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.305	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.293
		Upper Bound	.317

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.  
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.5, menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,2 > 0,05. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. Kolmogorov smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai sig. >  $\alpha = 0,05$ , maka model tersebut normal. (Ghozali, 2018).



#### 4.2.2 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4. 6** Hasil Uji Multikorelasi

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.731	2.784		2.777	.007		
	Minat	.310	.087	.310	3.547	<.001	.915	1.093
	Harga	.401	.090	.391	4.466	<.001	.915	1.093

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Yang umum dipakai pada nilai cut off adalah nilai tolerance  $>0,10$  atau VIF  $< 10$ . Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2018). Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan Tolerance. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya  $< 10$  sebesar  $1,093 < 10$ . Sedangkan nilai Tolerance juga memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya  $> 0,10$  sebesar  $0,915 > 0,10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen untuk persamaan.

#### 4.2.3 Uji Heterodisitas

**Tabel 4. 7** Hasil Uji Heterodisitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444 <sup>a</sup>	.197	.154	8.46885

a. Predictors: (Constant), X1X2, X2\_Kuadrat, X1\_Kuadrat, Minat, Harga

*Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 2024*

**Tabel 4. 8** Hasil Uji Heterodisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.519	1.753		2.008	.047
	Minat	.043	.055	.081	.775	.440
	Harga	-.114	.057	-.210	-2.022	.046

a. Dependent Variable: Abs\_Res

*Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 2024*

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji glejser. Adapun syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi semua

variabel independen > 0,05, maka data dikatakan terhindar dari adanya heterokedastisitas (Ghozali, 2016). Berikut hasil uji heterokedastisitas yang telah dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil dari pengujian heteroskedastisitas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. X1 0.440 > 0.05 ini menunjukkan bahwa dalam variabel X1 dengan variabel Y tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Sedangkan Variabel X2 memiliki nilai sig. 0.046 > 0,05 ini ini menunjukkan bahwa dalam variabel X2 dengan variabel Y terjadi masalah heteroskedastisitas, maka dilakukan uji white. penerapan pada uji white :

- 1) Jika nilai  $C^2$  hitung <  $C^2$  tabel : tidak terjadi gejala /terbebas uji heterod heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai  $C^2$  hitung >  $C^2$  tabel : terjadi gejala/tidak terbebas uji heteroskedastisitas

$C^2$  hitung = n (sampel) x R square

$C^2$  tabel diperoleh melalui tabel chi-suqare dengan rumus :

$df = n-1$

Maka :  $C^2$  hitung = n x R Square

$100 \times 0.197 = 19.7$

$C^2$  tabel

$df = n-1$  maka,

$100-1 = 99$  (99 di tabel chii square dgn 0.05 nilai nya = 123.225

Nilai  $C^2$  hitung (19.7) <  $C^2$  tabel (123.225) , dapat disimpulkan tidak terjadi gejala/ terbebas uji heteroskedastisitas

#### 4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. 9** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.731	2.784		2.777	.007
	Minat	.310	.087	.310	3.547	<,001
	Harga	.401	.090	.391	4.466	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

*Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 2024*

Berdasarkan tabel 4.9, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 7,731 + 0,310X1 + 0,401X2$$

Keterangan:

X1 : Minat

X2 : Harga

Y : Keputusan Pembelian

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Minat (X1), Harga (X2), berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- 1) Koefisien regresi untuk variabel Minat sebesar 0,310 dan juga signifikan pada  $< 0,05$  yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Minat semakin meningkat maka Keputusan Pembelian akan semakin meningkat.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel Harga sebesar 0,310 dan juga signifikan pada  $< 0,05$ , bertanda positif.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Minat (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y1). Dan faktor dominan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Harga yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi paling besar dibanding variabel Minat yaitu sebesar 0,401.

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden tersebut dijelaskan dalam pembahasan berikut :

#### 4.3.1 Pengaruh Minat terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pada tabel, diketahui bahwa variabel minat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 3,547 maka dapat dikatakan variabel minat berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa apabila minat yang dilakukan semakin meningkat maka keputusan pembelian konsumen pada produk tanaman hias akan semakin tinggi. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan respon untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya (Zulfikar, Muflikhati, and Irni Rahmayani 2023).

Berbagai upaya dilakukan untuk menarik minat konsumen salah satunya adalah memberikan informasi produk secara lengkap dan rinci bisa melalui social media : instagram, blog web dll, mengupdate produk terbaru dan bervariasi agar konsumen memiliki pilihan variasi sehingga menimbulkan minat beli, fasilitas di *update* seperti disediakan *coffee shop* agar sesama pecinta produk tanaman hias bisa menjalin koneksi atau bisa mengobrol karena rata-rata memiliki hoby yang sama atau kebutuhan yang sama (misal : adanya tugas yang diberikan

bapak/ ibu guru sekolah), di toko bunga diberikan madding informasi dari apa itu tanaman hias merk A, B, C dan manfaat tanaman hias tersebut sehingga konsumen bisa menambah wawasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mai, dkk 2020 yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Membeli Tanaman Hias” yang memiliki hasil penelitian salah satu perilaku konsumen adalah minat yang bisa membuat konsumen melakukan keputusan pembelian.

#### 4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.16 di ketahui bahwa nilai t hitung dan t tabel atau  $4,466 > 1,661$  selain itu di ketahui bahwa signifikansi dari  $X^2$  terhadap Y adalah 0,00 lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik konsumen dengan harga jual agar melakukan keputusan pembelian salah satunya adalah memiliki harga terjangkau dengan kualitas terbaik, memberikan harga yang sesuai dengan manfaat dari masing- masing produk tanaman hias, memberikan harga yang sedikit miring namun dengan kualitas yang setara dengan yang lain, dan memberikan diskon atau harga potongan dengan konsumen yang sudah berlangganan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Usaha Tanaman Hias Pertiwi Flower Di Kelurahan Lubuk Minturun Kota Padang Menurut Perspektif Ekonomi Islam” oleh Deli Raflis tahun 2019 yang memiliki hasil penelitian Lokasi Dan Harga Berpengaruh pada Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Usaha Tanaman Hias Pertiwi Flower Di Kelurahan Lubuk Minturun Kota Padang Menurut Perspektif Ekonomi Islam dan penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Cv. Kebun Indah Jaya” oleh Jamaludin 2023 yang hasil penelitiannya, uji t (parsial) Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV Kebun Indah Jaya dengan nilai t hitung (2.145). Variabel promosi dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di CV. Kebun Indah Jaya dengan nilai t hitung  $< t$ -tabel.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh minat dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk tanaman hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel minat dan harga terhadap keputusan pembelian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, minat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk tanaman hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji t.  $t_{hitung} = 2,777 > t_{tabel} = 1,661$  dengan tingkat signifikansi (0,021) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Minat berpengaruh dan signifikan. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel minat berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian pada Produk Tanaman Hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.
2. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk tanaman hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik. diketahui nilai t hitung untuk variabel Harga (X2) sebesar  $t_{hitung} = 4,466 > t_{tabel} = 1,661$  dengan tingkat signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Harga Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Tanaman Hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di kemukakan diatas, maka saran yang dapat di rekomendasikan untuk menjadi pertimbangan-pertimbangan berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa minat dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk tanaman hias di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik, maka pihak stand/ toko bunga di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Gresik dapat mempertahankan serta meningkatkan Minat pembeli dan Harga Jual.

2. Bagi Konsumen

Untuk lebih selektif dalam memilih tempat berbelanja sehingga dalam melakukan keputusan pembelian tetap memperhatikan faktor minat dan harga dimana sesuai dengan keinginan dan manfaat yang dibutuhkan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, fitur dan sebagainya bisa memengaruhi keputusan pembelian. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- AndiAndika, R. L., & Jhonni, R. D. (2018). Hubungan antara minat belajar dengan prestasi belajar siswa SMK Karsa Mulya Palangka Raya tahun ajaran 2016/2017. *Jurnal Mahasiswa PTK Parentas*, 4(1), 10–19.
- Annisa, W. (2022). Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias di Kawasan Lubuk Minturun Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Arsi, A., & Herianto, H. (2021). Langkah-langkah uji validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS.
- Darma, B. (2021). Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Guepedia.
- Daud, M. A. Z. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tanaman hias jenis Aglonema dimasa pandemi Covid-19. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 105–118.
- Fadli, A., & Caniago, S. (2022). Sinkronisasi Pasal 41 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Menurut Siyasah Dusturiyah Dalam Perlindungan Warga Negara Indonesia. *JISRAH: Jurnal Integrasi Ilmu Syariah*, 3(3), 431. <https://doi.org/10.31958/jisrah.v3i3.8375>
- Fauzi, M. H., Susilowati, D., & Machfudz, M. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(3).
- Hadriansyah, M. F. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap minat beli tanaman hias Milenial Garden (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana-Menteng).
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2014). Pengaruh endorsement fashion blogger terhadap minat beli merek lokal pada tahun 2013–2014 (Studi kasus pada fashion blogger Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 140–151.
- Haryono, E., Slamet, M., & Septian, D. (2023). Statistika SPSS 28.

- Iswad, D. M., Gustiana, C., Mahyuddin, T., & Zain, K. M. (2022, January). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian tanaman hias Sri Rezeki (*Aglonema* sp.) di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian*, 4(1), 21–29.
- Pratama, & Aulia, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus smartphone Asus ROG di Kecamatan Jatinegara). *REPOSITORY STIE INDONESIA (STEI) Jakarta*, 3(April), 9.
- Putri, M. S. (2021). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias dalam perspektif ekonomi Islam di Banda Aceh. Skripsi.
- Putri, M. (2022). Minat beli konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* (Studi kasus: Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Rahayu, A. W. (2024). Perilaku konsumen pada keputusan pembelian tanaman hias di Jakarta Selatan (Consumer behavior on purchase decisions for ornamental plants in the City of South Jakarta). *Jurnal Ilmu Pendidikan Indonesia*, 29(2), 196–206. <https://doi.org/10.18343/jipi.29.2.196>
- Sinambela, R. Y. P., & DS, A. H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Surajiyo, S. E., Nasruddin, S. E., & Paleni, H. (2020). Penelitian sumber daya manusia, pengertian, teori dan aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows). Deepublish.
- Zakariah, M. A., & Afriani, V. (2021). Analisis statistik dengan SPSS untuk penelitian kuantitatif. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah.
- Zulfikar, Z., Muflikhati, I., & Rahmayani, J. I. (2023). Pengaruh pengetahuan, persepsi, dan sikap terhadap minat beli rumah berkonsep urban farming Makassar. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 570–582. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.570>