

**MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING FAKTOR LOKASI, PROMOSI, HARGA, DAN
SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI STAND
BUNGA DESA KALITENGAH**

SKRIPSI



Oleh :

DELIMA CATUR WAHYUNINGSIH

22220003

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING FAKTOR LOKASI, PROMOSI, HARGA,
DAN SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TANAMAN HIAS
NAMA : DELIMA CATUR WAHYUNINGSIH
NPM : 22220003
PRODI : AGRIBISNIS

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr.Ir. Hary Sastryawanto, MS.,CRA

NIK : 8736 - ET

Eyi Maf'idatul Ilmi, S.P.,M.P.

NIK : 24873 - ET

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi

Dr. Ir Markus Patiung, M.P.

NIK : 9093 - ET

Eyi Maf'idatul Ilmi, S.P.,M.P.

NIK : 24873 - ET

LEMBAR REVISI

Telah direvisi

Tanggal : 18 Januari 2026

**JUDUL : MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING FAKTOR LOKASI, PROMOSI, HARGA,
DAN SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TANAMAN HIAS**

**NAMA : DELIMA CATUR WAHYUNINGSIH
NPM : 22220003
PRODI : AGRIBISNIS**

Menyetujui

Dosen Penguji

Dosen Penguji I

Dr.Ir. Hary Sastryawanto, MS.,CRA
NIK : 8736 - ET

Dosen Penguji II

Evi Maf'idatul Ilmi, S.P.,M.P.
NIK : 24873 - ET

Dosen Penguji III

Dr. Ir Markus Patiung, M.P.
NIK : 9093 - ET

Dosen Penguji IV

Ristani Widya Inti, SP.,M.Agr
NIK : 21850 - ET

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Delima Catur Wahyuningsih
NPM : 22220003
Alamat : Dusun Banar RT 16 RW 08, Kabupaten Sidoarjo
No. Telp : 0878 – 1624 - 1048
Judul Skripsi : MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING FAKTOR LOKASI, PROMOSI, HARGA,
DAN SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI STAND BUNGA
DESA KALITENGAH

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi dengan judul " Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening Faktor Lokasi, Promosi, Harga, Sosial dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias " adalah hasil karya saya sendiri. Dalam penulisan skripsi ini, saya tidak melakukan plagiarisme atau tindakan yang bertentangan dengan etika akademik. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini tidak sepenuhnya merupakan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksa dari pihak manapun.

Surabaya, 19 Januari 2026



Delima Catur Wahyuningsih

NPM : 22220003

KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Faktor Lokasi, Promosi, Harga, Dan Sosial dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias”** dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini adalah salah satu bentuk atau upaya dalam menjalin kerjasama yang baik di dalam bidang pertanian pada masyarakat. Sehingga dapat memberi banyak manfaat serta motivasi bagi kami para mahasiswa khususnya maupun bagi para pembaca. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian penulis. Dimana telah memberi dukungan moral serta juga bimbinganya kepada kami. Ucapan terimakasih ini kami tujukan kepada :

1. Dr. Ir Markus Patiung., M.P selaku dekan Fakultas Pertanian.
2. Ristani Widya Inti,SP.,MAgr selaku Wadek 1 dan III bidang akademik dan selaku dosen wali.
3. Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS.,CRA selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing penulis selama menyelesaikan penulisan penelitian
4. Evi Maf'idatul Ilmi, S,P., M.P . selaku dosen pembimbing kedua dan kaprodi agribisnis yang telah membimbing penulis selama penyelesaian penulisan penelitian penulis.
5. Kepada Alm. Kedua orang tua penulis yang telah menghadirkan penulis hingga sampai pada titik ini. Terima kasih banyak telah menjadi orang tua hebat.
6. Kedua orang tua angkat penulis yang memberikan segenap perjuanganya dan selalu mendoakan apa yang terbaik bagi penulis dan juga dalam memberikan pendidikan yang terbaik kepada penulis hingga sampai pada titik ini.
7. Kakak-kakak, keponakan penulis yang telah mensupport dan selalu mendoakan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.

8. Kepada Teman - teman kontrakan nuris dan izzah dan ngabers yang telah bersama – sama saling mendukung untuk bisa sampai pada titik ini selalu bersama - sama dalam hal apapun hingga penulis menyelesaikan penulisannya.
9. Kepada Penulis yaitu diri saya, terima kasih telah bertahan sejauh ini ditengah hal – hal yang mungkin tidak terduga yang terjadi selama penulis menyelesaikan penulisannya terima kasih untuk tetap kuat dan mampu untuk menyelesaikan apa yang menjadi salah satu tujuanmu hingga sampai pada titik ini.

Surabaya, 19 Januari 2026

Penulis

Delima Catur Wahyuningsih

Delima Catur Wahyuningsih, 22220003. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2026. Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Faktor Lokasi, Promosi, Harga, Dan Sosial Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias. Dosen Pembimbing Satu : Dr.Ir. Harry Sastryawanto, MS Serta Pembimbing Dua : Evi Maf'idatul Ilmi, S.P.,M.P.

ABSTRAK

Pertanian memiliki beberapa subsektor, termasuk tanaman pangan, hortikultura, pekebunan, kehutanan, perikanan, dan perternakan. Hortikultura merupakan salah satu subsektor yang memiliki potensi pengembangan yang tinggi, karena nilai ekonominya yang signifikan. Tanaman hias adalah tanaman yang dikenal karena keindahan dan daya tarik visualnya. Jumlah produksi tanaman hias dalam satuan tangkai 2 tahun terakhir adalah 811,72 juta tangkai. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor – faktor keputusan pembelian meliputi lokasi, promosi, harga, sosial terhadap keputusan pembelian dengan tambahan variabel mediasi minat beli dimana minat beli menjadi variabel perantara dari promosi, harga dan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan terdiri dari wawancara, kusioner, dokumentasi dan jurnal. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan tambahan uji path analisis berserta uji sobel test untuk mengetahui pengaruh langsung dan mediasi. Hasil analisis data secara silmutan faktor – faktor keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan promosi, harga, sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi, harga, dan sosial menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Dari penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat lebih memahami perilaku konsumen melalui promosi, harga, sosial dan minat beli terhadap keputusan pembelian sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci : Tanaman hias, Konsumen, Minat Beli, Keputusan Pembelian

Delima Catur Wahyuningsih, 22220003. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2026. Consumer Purchase Intention as an Intervening Variable for the Factors of Location, Promotion, Price, and Social Influence in Affecting the Purchasing Decision of Ornamental Plants. First Supervisor: Dr.Ir. Harry Sastryawanto, MS and Second Supervisor Evi Mafidatul Ilmi, S.P., M.P.

ABSTRACT

Agriculture has several subsectors, including food crops, horticulture, plantations, forestry, fisheries, and livestock. Horticulture is one of the subsectors with high development potential due to its significant economic value. Ornamental plants are plants known for their beauty and visual appeal. The production of ornamental plants in the unit of stems over the past 2 years was 811.72 million stems. The purpose of this study is to determine the influence of purchasing decision factors, including location, promotion, price, and social factors, on purchasing decisions, with the addition of the mediating variable of purchase intention, where purchase intention serves as an intermediary variable for promotion, price, and social factors. This study uses a quantitative descriptive approach. The data used consists of interviews, questionnaires, documentation, and journals. The data analysis technique uses multiple linear regression with additional path analysis and Sobel test to determine the influence directly and through mediation. The results of the simultaneous data analysis show that the factors influencing purchasing decisions have a significant effect. Partially, location does not affect purchasing decisions, whereas promotion, price, and social factors do influence purchasing decisions. Meanwhile, promotion, price, and social factors show a significant effect on purchasing decisions through purchase intention. From this study, it is expected that business actors can better understand consumer behavior through promotion, price, social factors, and purchase intention toward purchasing decisions, thereby increasing revenue.

Keywords: Ornamental plants, Consumers, Purchase Intention, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR REVISI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB 2 TINJUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Deskripsi Tanaman Hias	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	8
2.3 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.3.1 Faktor Sosial	12
2.3.2 Faktor Psikologis	12
2.3.3 Faktor Budaya.....	12
2.3.4 Faktor Pribadi	13
2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
2.4.1 Harga.....	14
2.4.2 Lokasi	15
2.4.3 Promosi	16
2.4.4 Minat Beli	17
2.5 Analisis Regresi	18
2.6 Uji Pengaruh Tidak Langsung Analisis Path	18
2.7 Penelitian Terdahulu	19
2.8 Kerangka Konseptual.....	26
2.9 Hipotesis	27
BAB 3 METODOLOGI.....	28
3.1. Metode Penelitian	28
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4.1. Data Primer.....	30
3.4.2. Data Sekunder	31
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.6. Instrumen Penelitian	34
3.7. Teknik Analisis Data	35

3.7.1. Uji Validitas	35
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	36
3.7.4. Uji Analisis Regresi.....	38
3.7.5. Uji Statistik	40
3.7.6. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Path Analysis)	42
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH.....	43
4.1. Peta Daerah Tanggulangin	43
4.2. Letak Geografis Desa Kalitengah	44
4.3. Stand Bunga Desa Kalitengah	44
BAB V HASIL & PEMBAHASAN.....	46
5.1. Karakteristik Responden.....	46
5.1.1. Jenis Kelamin	47
5.1.2. Domisili Reaponden	48
5.1.3. Usia.....	49
5.1.4. Pendidikan Terakhir.....	50
5.1.5. Pekerjaan	51
5.1.6. Pendapatan.....	52
5.2. Uji Instrumen	54
5.2.1. Uji Validitas	54
5.2.2. Uji Relibilitas	55
5.3. Uji Asumsi Klasik	56
5.3.1. Uji Normalitas	56
5.3.2. Uji Multikolinearitas	58
5.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	60
5.4. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	62
5.4.1. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	62
5.4.2. Uji Silmultan (Uji F)	64
5.4.3. Uji Pengaruh Langsung (Uji t)	65
5.4.4. Pengaruh Langsung Minat Beli (Z) terhadap Y	73
5.5. Uji Pengaruh Tidak Langsung	75
5.5.1. Diagram Jalur Persamaan I.....	75
5.5.2. Diagram Jalur Persamaan II	76
5.5.3. Uji Jalur Analisis Path	77
5.5.4. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	80
BAB VI KESIMPULAN & SARAN.....	86
6.1. Kesimpulan	86
6.2. Saran	88
DARTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Kosentual	24
Gambar 3.1	Contoh Analisis Jalur	42
Gambar 4.1	Peta Daerah Tanggulangin	43
Gambar 4.2	Sentra Bunga Desa Kalitengah	45
Gambar 5.1	Diagram Jalur Model I	75
Gambar 5.2	Diagram Jalur Model II	76

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
Tabel 3.1	Skala Likert.....	34
Tabel 5.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 5.2	Karakteristik Berdasarkan Domisili	48
Tabel 5.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	49
Tabel 5.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	50
Tabel 5.5	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 5.6	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 5.7	Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 5.8	Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
Tabel 5.9	Hasil Uji Normalitas minat beli.....	56
Tabel 5.10	Hasil Uji Normalitas Keputusan Pembelian	57
Tabel 5.11	Uji Multikolinearitas Minat Beli.....	58
Tabel 5.12	Uji Multikolinearitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 5.13	Uji Heterokedastisitas Minat Beli.....	60
Tabel 5.14	Uji Heterokedastisitas Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 5.15	Uji Koefisien Determinasi Minat Beli	62
Tabel 5.16	Uji Koefisiensi Determinasi Keputusan Pembelian	63
Tabel 5.17	Uji ANOVA minat beli.....	64
Tabel 5.18	Uji ANOVA Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 5.19	Hasil Uji Pengaruh Langsung Minat Beli.....	65
Tabel 5.20	Hasil Uji Pengaruh Langsung Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 5.21	Uji t Minat Beli ke Keputusan Pembelian	73
Tabel 5.22	Acuan Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung.....	81
Tabel 5.24	Hasil Pengaruh Tidak Langsung.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
Lampiran 1 Kusioner Penelitian		95
Lampiran 2 Data Responden		99
Lampiran 3 Data Mentah		100
Lampiran 4 Dokementasi.....		101
Lampiran 5 Data Olahan.....		103