

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS TANAMAN HIAS TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI DESA BANGUN SARI KECAMATAN  
TANJUNG MORAWA KABUPATEN DELI SERDANG**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**KRISNA YANTI HUTAGALUNG**  
**17.822.0120**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/6/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)22/6/22

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS TANAMAN HIAS TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI DESA BANGUN SARI KECAMATAN  
TANJUNG MORAWA KABUPATEN DELI SERDANG**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**KRISNA YANTI HUTAGALUNG**  
**17.822.0120**

*Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian  
Universitas Medan Area*

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)22/6/22

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan  
Konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa  
Kabupaten Deli Serdang  
Nama : Krisna Yanti Hutagalung  
NPM : 17.822.0120  
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing

  
Prof. Dr. Zulkarnain Lubis, MS, Ph. D  
Pembimbing I

  
Rika Fitri Ilvira, S.TP, M.Sc  
Pembimbing II

Diketahui:

  
H. H. Noer, MP  
Dekan

  
Fastabiqul Khairad, SP, M.Si  
Ketua Prodi Agribisnis

Tanggal Lulus : 16 Februari 2022

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi - sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 31 Maret 2022



Krisna Yanti Hutagalung

178220120

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Yanti Hutagalung  
NPM : 178220120  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jaenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Righte*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengahlimedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

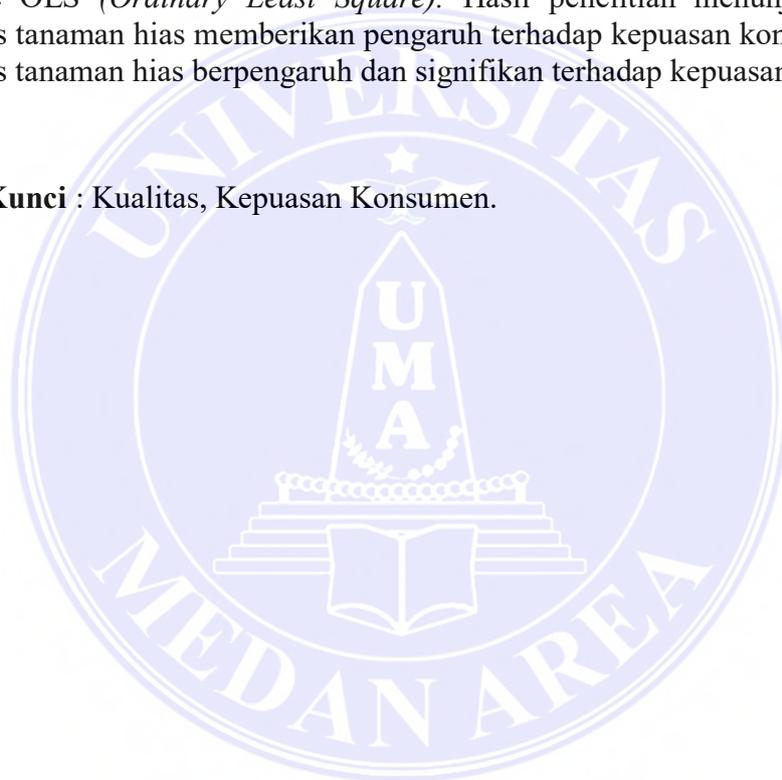
Dibuat di: Fakultas Pertanian  
Pada Tanggal 31 Maret 2022  
Yang menyatakan

Krisna Yanti Hutagalung

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas tanaman hias terhadap kepuasan konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dilakukan dari bulan juli sampai dengan Agustus 2021. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara *Purposive* (sengaja), karena mempertimbangkan bahwa daerah tersebut merupakan pusat budidaya tanaman hias karena sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai usaha pedagang tanaman hias dan menjadi salah satu ikon dan memiliki tingkat produksi yang cukup tinggi di Sumatra Utara, yang berada dikecamatan Tanjung Merowa khususnya Desa Bangun Sari. Sampel berjumlah 30 konsumen. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas tanaman hias memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya kualitas tanaman hias berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

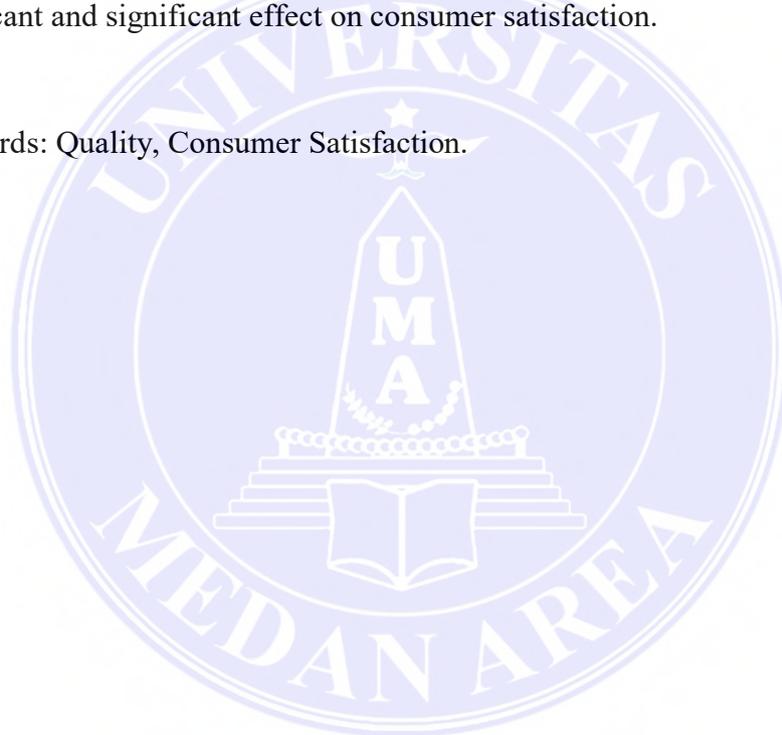
**Kata Kunci** : Kualitas, Kepuasan Konsumen.



## ***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of ornamental plant quality on consumer satisfaction in Bangun Sari Village, Tanjung Merowa District, Deli Serdang Regency. This research was conducted from July to August 2021. The determination of the research location was determined purposively (deliberately), considering that the area is a center for ornamental plant cultivation because most of the population makes a living as an ornamental plant trader and has become one of the icons and has a high level of The production is quite high in North Sumatra, which is located in the Tanjung Merowa sub-district, especially in Bangun Sari Village. The sample is 30 consumers. The data used are primary and secondary data. The data analysis method used is the classical assumption test, simple linear regression analysis using the OLS (Ordinary Least Square) method. The results showed that the quality of ornamental plants has an effect on consumer satisfaction, meaning that the quality of ornamental plants has a significant and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Quality, Consumer Satisfaction.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Pagar Sinondi, pada tanggal 03 Januari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari 4 bersaudara yang merupakan putri dari ayahanda Pujian Hutagalung dan Ibunda Lamria Tampubolon.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 013 Ujung Batu, Sekolah Menengah Pertama di SMP ADVENT Ujung Batu, dan SMA Negeri 1 Ujung Batu dengan jurusan IPA. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswi fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mendapat beasiswa Bank Indonesia pada tahun 2020 - 2021. Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di UPT. BIH. Kutagadung Berastagi, Sumatera Utara dari Bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2020.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia-Nya Kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang banyak membantu dalam kesempurnaan penulisan Skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Fastabiqul Khairad, SP,M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Bapak Prof. Ir. Zukarnain Lubis, Ms, Ph. D selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Rika Fitri Ilvira, S.TP,M.Sc selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf dan pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
6. Kedua Orang tua Ayahanda dan Ibunda tercinta atas jerih payah dan doa serta dorongan moril maupun materi kepada penulis.

7. Seluruh teman-teman khususnya program studi Agribisnis Stambuk 2017 yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam skripsi ini.
8. Abang dan Adik penulis tercinta Hendro Hutagalung, Hendra Yanto Hutagalung, dan Hendri Putra Meliaki Hutagalung yang telah memberikan semangat dan dorongan terhadap penulis serta doa demi hasil skripsi yang baik.
9. Teman – teman seperjuangan angkatan AGB 2017 dan Semua pihak yang telah membantu selama menyusun skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Bapak Ibu serta Pegawai di Kantor Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang yang telah menerima penulis untuk melakukan penelitian dan seluruh Kepala Desa dan Pegawai yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam Skripsi ini. Akhir kata kiranya skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan, sekian dan terimakasih.

Medan, Juli 2021

( Krisna Yanti Hutagalung)

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TEBEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
1.6 Hipotesis.....	10
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Analisis Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.1 Pengertian Analisis Kepuasan Konsumen .....	11
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	12
2.1.3 Metode pengukuran kepuasan konsumen .....	14
2.1.4 Indikator kepuasan konsumen .....	15
2.2 Kualitas Produk.....	16
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....	16
2.2.2 Tolak ukur kualitas produk.....	17
2.2.3 Indikator kualitas produk.....	19
2.3 Tanaman Hias.....	24
2.3.1 Pengertian Tanaman Hias .....	24
2.3.2 Jenis – Jenis Tanaman Hias .....	25
2.3.3 Manfaat Tanaman Hias .....	30
2.4 Penelitian Terdahulu .....	31
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	37
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel .....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.2 Analisa Regresi Linear Sederhana.....	41
3.5.3 Uji Hipotesis .....	42
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	43

<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum.....	46
4.2 Keadaan Penduduk.....	47
4.3. Karakteristik Sampel.....	50
4.3.1 Jenis Kelamin.....	50
4.3.2 Usia .....	51
4.3.3 Pendidikan .....	51
4.3.4 Pekerjaan.....	52
4.3.5 Pendapatan.....	53
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
5.1.2 Uji Heterokedastistas .....	56
5.2 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
5.2.1 Regresi linier sederhana.....	57
5.3 Uji Hiptesis.....	58
1. Uji t.....	58
2. Uji Determinasi.....	59
5.4 Kualitas Tanaman Hias .....	60
5.5 Analisis Kepuasan Konsumen.....	62
<b>VI. PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
6.1 Kesimpulan .....	64
6.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1	Jumlah Produksi Tanaman Hias di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2019-2020 .....	4
2	Jumlah Penduduk 15 tahun ke-atas Menurut Pekerjaan dan Desa/ Kelurahan di Kecamatan Tanjung Merowa (jiwa), 2017.....	48
3	Jumlah Penduduk yang lahir Menurut Desa/Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tanjung Merowa (jiwa), 2017 .....	49
4	Karakteristik Konsumen Tanaman Hias Menurut Jenis Kelamin.....	50
5	Karakteristik Konsumen Tanaman Hias Menurut Usia .....	51
6	Karakteristik Konsumen Tanaman Hias Menurut Pendidikan .....	51
7	Karakteristik Konsumen Tanaman Hias Menurut Pekerjaan.....	52
8	Karakteristik Tanaman Hias Menurut Pendapatan .....	53
9	Karakteristik Jenis Tanaman Hias yang dibeli konsumen .....	53
10	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	54
11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
12	Regresi Sederhana Variabel Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen .....	57
13	Hasil Uji t (Pengujian Parsial) .....	58
14	Tabel Koefisien Determinan Variabel Kualitas Tanaman Hias (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	59
15	Kualitas Tanaman Hias .....	60
16	Kepuasan Tanaman Hias.....	62

## DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1	Bagan Kerangka Pemikiran .....	10
2	Bunga ( <i>Aglaonema crispum</i> ) .....	27
3	Bunga ( <i>Monstera deliciosa</i> ).....	28
4	Bunga ( <i>Sansevieria</i> ).....	29
5	Bunga ( <i>Anthurium andraeanum Linden</i> ) .....	30
6	Peta vector wilayah Desa Bangun Sari .....	47
7	Grafik Normal P-Plot Variabel Kualitas Tanaman (X) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Surat Pengambilan Data Riset .....	68
2	Kuisoner Penelitian.....	69
3	Hasil Kuesioner.....	72
4	Data Responden Tanaman Hias .....	74
5	Output SPSS.....	75
6	Surat Selesai Riset.....	78
7	Dokumentasi Penelitian .....	79



## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Di samping itu juga mempunyai nilai ekonomis untuk keperluan hiasan di dalam dan di luar ruangan. Karena mengandung arti ekonomi, tanaman hiaspun dapat diusahakan menjadi suatu bisnis yang menjanjikan keuntungan besar (Haryati Lakamisi, 2010).

Tanaman hias adalah tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan estetika baik karena bentuk tanaman, warna dan bentuk daun, tajuk maupun bentuk pohon/batang, warna dan keharuman bunganya, sering digunakan sebagai penghias pekarangan, taman atau ruangan di rumah-rumah, gedung perkantoran, hotel, restoran maupun untuk kelengkapan upacara adat dan keagamaan. Komoditi Tanaman Hias meliputi anggrek, anthurium bunga, anyelir, gerbera, gladiol, heliconia, krisan, mawar, sedap malam, dracaena, melati palem, aglaonema, adenium, euphorbia, phylodendron, pakis, monstera, ixora, cordyline, diffenbachia, sansevieria, anthurium daun, caladium (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2017).

Usaha tanaman hias mempunyai manfaat sebagai sumber pendapatan petani tanaman hias maupun pedagang tanaman hias, serta memperluas lapangan pekerjaan. Manfaat dari tanaman hias yaitu menciptakan kesegaran (kenyamanan), kesejukan, dan keindahan maupun kesehatan lingkungan. Tanaman hias mempunyai nilai keindahan tajuk, bentuk, warna bunga, dan kerangka tanaman. Tanaman hias dapat berfungsi sebagai sumber oksigen yang

diperlukan untuk kehidupan. Selain itu penataan tanaman dan jenis tanaman yang tepat akan menghantarkan estetikanya (Aritonang, 2009).

Selera konsumen terhadap tanaman hias menentukan kelangsungan bisnis tanaman ini. Perubahan selera konsumen akan mempengaruhi perkembangan tanaman hias. Perkembangan bisnis tanaman hias dapat dilihat dari meningkatnya jumlah, variasi, jenis dan penampilan tanaman. Misalnya pada tahun 1980-an tanaman yang banyak digemari oleh konsumen adalah Kaktus sedangkan pada awal tahun 1990-an berganti dengan Palem ( Nisa Sofiani, 2008).

Semakin banyak pilihan produk yang ada maka konsumen semakin tertarik untuk melihat dan melakukan pembelian. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut (Adi Nur Rahman, 2016).

Keputusan pembelian biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan konsumen. Tata letak toko dirancang dan dibuat setelah lokasi toko dipilih, semuanya ini bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian (Meldarinda, Resti & Henky Lisan, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh dalam keputusan pembelian yang dilakukan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah Pedagang usaha. terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. *Tangible* artinya segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik, dari

pelayanan pedagang untuk konsumen. *Realibility*, yaitu yang mencakup konsisten kerja dan kemampuan untuk dipercaya. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para pedagang untuk memberikan pelayanannya yang dibutuhkan konsumen. *Assurance*, meliputi pengetahuan pedagang terhadap produk secara tepat. *Empathy*, artinya perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada konsumen. Selain daya tahan produk (*Durability*) kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting untuk menentukan kepuasan konsumen ( A. Zeithaml dan berry (1985) dalam Tjiptono (2001).

Pada umumnya Tanaman hias di Sumatera Utara khususnya Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Peran minat masyarakat sangat meningkat dalam membeli tanaman hias. Semenjak pandemi masyarakat banyak memilih berkebun dirumah. Menurut pakar perkotaan, tren berkebun di rumah sebagai bentuk pelarian melepaskan stress di tengah tekanan pandemi.

Munculnya tren merawat tanaman hias selama pandemi membuat harga jual beberapa tanaman hias meningkat. Ada 5 tanaman hias terpopuler selama tahun 2020 selain punya ciri khas unik pada tiap daun dan tangkainya, harganya juga sangat variatif. Berikut jenis tanaman hias terpopuler sepanjang tahun 2020 yaitu : *Aglaonema*, sempat tenar di tahun 2006, tanaman ini dikenal dengan sebutan “sri rejeki” di Indonesia. Pada tahun 2020 tanaman *aglaonema* jadi salah satu tanaman hias terpopuler yang namanya cukup melejit. Tanaman hias dari suku talas-talasan ini punya sekitar 30 varietas dengan ciri khas yang berbeda-beda. *Aglaonema anyamanee* merupakan jenis *aglaonema* dengan harga termahal di 2020 yang dibanderol hingga puluhan juta Rupiah. *Monstera* atau janda bolong jenis

monstera dengan harga jual paling fantastis adalah monstera obliqua. Tanaman janda bolong ini terjual hingga Rp 120 juta untuk satu pot dengan 3 helai daun. *Philodendron Micans* jenis *Philodendron micans* punya banyak jenis dengan berbagai bentuk dan warna yang menarik. Tanaman ini banyak digemari para kolektor tanaman hias sehingga harganya tergolong tinggi. Satu pot philodendron micans besar setinggi 60 cm dibanderol seharga Rp 8,5 juta. *Alocasia* meskipun tidak sehits janda bolong, namun alocasia cukup ramai dibicarakan, Varietas alocasia yang punya harga cukup tinggi adalah alocasia azlanii dengan harga mencapai Rp 7 juta. *Hoya Carnosa* tanaman hoyo carnosa punya bunga yang sangat semerbak sehingga cocok jadi aromaterapi alami di dalam ruangan dari segi harga hoyo carnosa masih terbilang terjangkau, mulai dari Rp 20.000 hingga ratusan ribu rupiah (Anonymus, 2021).

**Tabel 1.1 Jumlah Produksi Tanaman Hias di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2019-2020**

No.	Jenis tanaman	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	Anggrek Tangkai	19.860	26.358
2.	Anthurium Bunga (tangkai)	8.823	7.810
3.	Anthurium Bunga (daun)	-	-
4.	Pedang-pedangan	-	-

Sumber : Badan Pusat Statistik Deli Serdang, 2019-2020

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa Jumlah Produksi Tanaman Hias di Kabupaten Deli Serdang tahun 2019 – 2020 yaitu jumlah produksi tertinggi pada tahun 2020 terdapat pada jenis tanaman hias Anggrek sebanyak 26358, dan urutan kedua terdapat pada tanaman hias Anthurium Bunga (tangkai) sebanyak 7.810 dan untuk tanaman hias Anthurium daun dan Pedang-Pedangan jumlahnya nol.

Desa Bangun Sari adalah salah satu desa di Kecamatan Tanjung Morawa yang sebagian penduduknya hidup dari usaha tanaman hias dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan merupakan sumber pendapatan yang utama. Usaha tani tanaman hias di desa Bangun Sari berdiri sejak tahun 1980, yang berawal dari satu orang pengusaha yang bernama Edianto Sihite. Dulunya masyarakat di desa ini hanya bekerja sebagai petani padi dan cengkeh, namun lambat laun sebagian besar masyarakat desa Bangun Sari menggeluti usahatani tanaman hias. Jenis tanaman hias yang terdapat di desa Bangun Sari adalah pucuk merah, mawar, melati, anthurium, palem, anggrek, asoka, cemara, kamboja, kroket merah, tricolor, bonsai, bougenville kamboja dan balik angin (Pulungan, 2018).

Dalam menentukan standar kualitas tanaman yang perlu diperhatikan dalam usaha tanaman hias, seperti menentukan jenis tanaman yang akan dijual, tata cara memproduksi tanaman sendiri, dalam membeli tanaman dari pemasok, dan tata cara mengontrol kualitas tanaman. Berikut ini beberapa faktor yang dapat dijadikan acuan penetapan standar kualitas tanaman yang dijual yaitu : Keseragaman wadah media tanam yang dipakai, Keseragaman media tanam yang dipakai, Keseragaman harga disesuaikan dengan ukuran tinggi tanaman, Keseragaman harga disesuaikan dengan kualitas sosoknya, Keseragaman tempat display penjualan tanaman, Keseragaman layak display ( Riyanto & Antonius, 2007).

Usahatani tanaman hias memang dapat memberi keuntungan yang besar bagi para petaninya. Namun, tidak semua petani tanaman hias merasa bahwa dari usahataniya tersebut mereka mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya

sehari-hari. Hal ini disebabkan jumlah petani tanaman hias di daerah tersebut cukup banyak, sehingga persaingan diantara petani cenderung ketat (Dinas Pertanian Deli Serdang, 2011).

Perlu diketahui perkembangan usahatani tanaman hias penuh persaingan maka setiap pedagang usaha tanaman hias perlu memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian tanaman hias, terutama kepuasan konsumen terhadap kualitas tanaman hias untuk meningkatkan pendapatan pedagang usaha tanaman hias tersebut.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain: Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, kualitas pelayanan atau jasa yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut (Lupyoadi 2008).

Oleh karena itu, usaha tanaman hias di Desa Bangun Sari memerlukan kualitas tanaman hias yang bagus, untuk meningkatkan penjualannya agar mampu bertahan dan terus berkembang. Untuk dapat mengembangkan usahanya, maka pedang harus mengetahui kualitas tanaman hias yang bagus dilihat dari estetika maupun kualitas produk, sehingga dapat menganalisis kualitas tanaman hias terhadap kepuasan konsumen.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang **“ Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang”**. untuk dapat diteliti lebih lanjut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kepuasan konsumen tanaman hias di di Desa Bangun Sari dikecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas tanaman hias terhadap kepuasan konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas tanaman hias terhadap kepuasan konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang.

#### 1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang tanaman hias sebagai bahan informasi pedagang untuk kepuasan konsumen terhadap kualitas tanaman hias di Desa Bangun Sari dikecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang bagi usaha tanaman hias.
2. Bagi Saya untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penulisan ilmiah bagi penulis, disamping melengkapi salah satu syarat untuk merai gelar sarjana di Fakultas Pertanian.
3. Bagi Peneliti Sebagai bahan informasi bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian selanjutnya.

#### 1.5 Kerangka Pemikiran

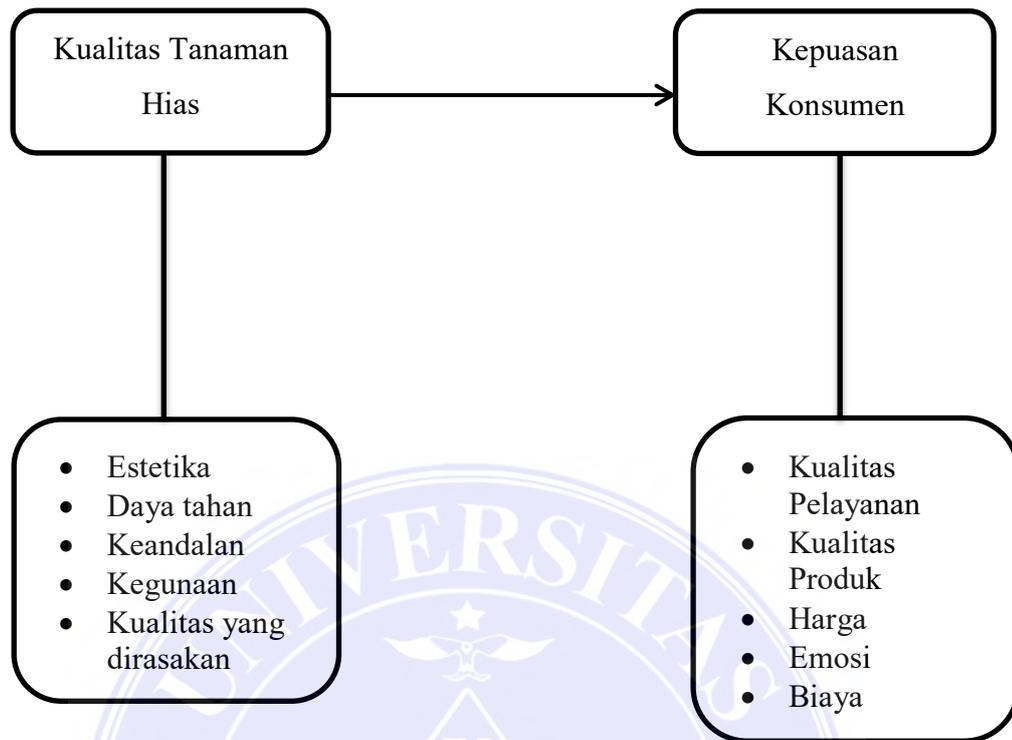
Tanaman hias adalah jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun atau tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistik dan menarik. Tanaman hias mempunyai manfaat sebagai sumber pendapatan petani tanaman hias maupun pedagang tanaman hias, serta memperluas lapangan kerja. Manfaat lain dari tanaman hias, yaitu menciptakan kesegaran (kenyamanan), kesejukan dan keindahan maupun kesehatan lingkungan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan atau situasi yang dirasakan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul ditunjukkan oleh konsumen. Ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan terpenuhi secara baik. Seperti pelayanan telah

memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Kualitas produk juga memiliki faktor penting dalam mengukur kepuasan konsumen. Karena konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya yaitu dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan, biaya, harga yang ditawarkan. Sedangkan yang mempengaruhi kualitas yaitu estetika dan kualitas produk.

Desa Bangun Sari di Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang merupakan tempat usaha tani tanaman hias. Pada umumnya usaha tani ini terletak dipinggir jalan dan membentuk sentra usaha, keberadaan usaha tani tanaman hias secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kesejukan, keasrian, keindahan dan kebersihan udara disekitar lokasi, selain itu tanaman hias dapat memperindah dan mempercantik kota, maka kebanyakan konsumen memilih membeli tanaman hias ditempat tersebut.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Analisis Pengaruh Kualitas tanaman hias terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

### 1.6 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini diduga kualitas tanaman hias mempengaruhi kepuasan konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Analisis Kepuasan Konsumen

#### 2.1.1 Pengertian Analisis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan (Bailia, Soegoto & Loindong, 2014).

Menurut Assauri (2012) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

Menurut Nitisemito (2001) menyatakan kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan merasa puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang bila harapan mereka dilebihi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang dengan hasil yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan, serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan Rangkuti (2011), mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi

terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Berdasarkan pengertian-pengertian dari teori-teori menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dari kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) dari produk dengan apa yang diharapkan konsumen, dalam hal ini apakah konsumen sudah merasakan kepuasan terhadap kualitas tanaman hias di kecamatan Tanjung Merowa, kabupaten Deli Serdang.

### **2.1.2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen**

Menurut Lupton (2008). Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Manfaat kepuasan konsumen Menurut Kotler dan Keller (2009) yaitu konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga. Namun sebaliknya apabila konsumen kecewa dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena konsumen tidak tertarik lagi untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga akan berdampak pada penurunan laba. Ada dua macam kepuasan yaitu:

1. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian produk.
2. Kepuasan psikologis, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud atas penggunaan suatu produk. Misalnya saat kita pergi ke rumah makan, kita puas dengan diberikan pelayanan yang cepat ramah dan sopan.

### 2.1.3 Metode pengukuran kepuasan konsumen

Menurut fandy tjiptono (2014) tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran, yaitu:

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya.

1. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.
2. Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

b. Dimensi kepuasan pelanggan Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen atau pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Proses semacam itu terdiri empat langkah, yaitu:

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan.
2. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramah staf layanan pelanggan.
3. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.

4. Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

#### **2.1.4 Indikator kepuasan konsumen**

Menurut Tjiptono (2011), kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2006) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Konsumen merasa puas akan barang dan jasa Merupakan Kepuasan konsumen akan barang dan jasa yang konsumen dapatkan.
2. Konsumen merasa puas terhadap kualitas tanaman hias karena Sesuai Dengan Harapan Konsumen. Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Minat membeli kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
4. Konsumen merekomendasikan Merupakan kesediaan konsumen unrtuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

## 2.2 Kualitas Produk

### 2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006).

Menurut kotler dan amstrong (2014), pengertian kualitas produk adalah *“product quality is the ability of a product to perform it’s functions”*. Artinya, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Sedangkan menurut fandy tjiptono (2015) mengemukakan definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan estetika dan sebagainya. Dalam definisi strategik, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*).

Menurut Purnama (2006), kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Dan menurut Daryanto (2013), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Cristopher h. Lovelock (2007) menyatakan salah satu strategi yang efektif dalam mengatasi hal ini adalah kualitas produk, kualitas memiliki daya tarik bagi konsumen dan sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih barang maupun jasa. Produk dikatakan berkualitas jika sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sangat penting pula mempertahankan kualitas, karena kualitas yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya, dimana produk yang baik akan menimbulkan keputusan membeli dan nantinya berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan. Tingginya kualitas produk yang diterima pelanggan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut.

Menurut Ali Hasan (2014). Perhatian terhadap kualitas produk semakin meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terjadi karena keluhan konsumen semakin lama semakin terpusat pada kualitas produk yang buruk dari segi bahan maupun cara pengerjannya. Kualitas produk berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan menurut Ali Hasan (2014), konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama, salah satunya adalah kualitas.

Berdasarkan pada teori diatas bahwa kualitas produk yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan atau mengurangi pemborosan terhadap produk. Suatu produk yang memiliki kualitas adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.

### **2.2.2 Tolak ukur kualitas produk**

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal namun dari kedia definisi tersebut terdapat beberapa persamaan elemen-elemen kualitas, yaitu kualitas yang meliputi usaha atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk (barang dan jasa). Terdapat beberapa tolak

ukur kualitas produk menurut kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2012), terdiri dari:

1. *Performance (kinerja)* Yaitu karakteristik operasi suatu produk utama, seperti kemudahan kenyamanan.
2. *Durability (daya tahan)* Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
3. *Conformance to specification (kesesuaian dengan spesifikasi)* Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditentukannya cacat pada produk.
4. *Features (fitur)* Yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability (reliabilitas)* Yaitu probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Esthetic (estetika)* Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalkan model atau desain yang artistic, warna, dan sebagainya.
7. *Perceived quality (persepsi kualitas)* Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Menurut cristopher h. Lovelock (2007), “kualitas adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan”. Berdasarkan pendapat ini diketahui bahwa kualitas

barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas. Dimensi dari kualitas suatu produk terdiri dari beberapa hal yaitu :

1. *Attractive quality* adalah aspek dari suatu produk atau jasa yang melebihi batas kebutuhan saat ini. Bila konsumen memperolehnya ia akan merasa senang tetapi bila tidak ia tak akan mengajukan komplain.
2. *Must be quality* adalah aspek dari suatu produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen, yang mana merupakan standar minimum yang dapat diterima, sama seperti “fitness for use” atau bebas dari kekurangan.

### **2.2.3 Indikator kualitas produk**

Menurut Purnama (2006), kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah sebagai berikut:

1. Hasil Produk (Performance) Karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features) merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

3. **Kehandalan (Reliability)** Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.
4. **Daya Tahan (Durability)** Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat tersebut digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.
5. **Kegunaan (Serviceability)** meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
6. **Estetika (Aesthetics)** Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.
7. **Kualitas yang Dirasakan (Perceived Quality)** Kualitas yang dirasakan adalah Kesan Kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.

#### **2.2.4 Definisi kualitas**

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan

produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. (Abubakar & Siregar, 2010 ) dan Tjiptono dan Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas merupakan: “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Menurut Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Garvin (1984) yang dikutip oleh Tjiptono (2012), setidaknya ada lima perspektif kualitas yang berkembang saat ini:

### 1. Transcendental Approach

Dalam perspektif ini, kualitas dipandang sebagai innate excellence, yaitu sesuatu yang secara intuitif dapat dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, sebagai contoh kecantikan atau cinta. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dan exposure berulang kali (repeated exposure)

### 2. Product-Based Approach

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan.

### 3. User-Based Approach

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (eyes of the beholder), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (maximum satisfaction) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan demandoriented ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan.

#### 4. Manufacturing-Based Approach

Perspektif ini bersifat supply-based dan lebih berfokus pada praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (conformance to requirements). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat operation-driven.

#### 5. Value-Based Approach

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (value) dan harga (price). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai affordable excellence, yakni tingkat kinerja ‘terbaik’ atau sepadan dengan harga yang dibayarkan. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

## 2.3 Tanaman Hias

### 2.3.1 Pengertian Tanaman Hias

Tanaman hias adalah tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan estetika baik karena bentuk tanaman, warna dan bentuk daun, tajuk maupun bentuk pohon/batang, warna dan keharuman bunganya, sering digunakan sebagai penghias pekarangan, taman atau ruangan di rumah-rumah, gedung perkantoran, hotel, restoran maupun untuk kelengkapan upacara adat dan keagamaan. Komoditi Tanaman Hias meliputi anggrek, anthurium bunga, anyelir, gerbera, gladiol, heliconia, krisan, mawar, sedap malam, dracaena, melati palem, aglaonema, adenium, euphorbia, phylodendron, pakis, monstera, ixora, cordyline, diffenbachia, sansevieria, anthurium daun, caladium (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2017).

Tanaman hias merupakan tanaman bunga-bunga yang terbentuk unik dan khas yang digunakan sebagai dekorasi atau hiasan, baik didalam maupun diluar ruangan untuk memperindah, mempercantik serta, memiliki nilai lebih dari tanaman lainnya (Hitammani, 2013).

Tanaman hias adalah tanaman bunga-bunga atau segala bentuk tanaman yang menghasilkan bunga. Sejalan dengan perkembangan jaman dan kemajuan keberadaan manusia, tanaman hias diartikan sebagai segala jenis tanaman yang memiliki nilai hias ( bunga, batang, tajuk, cabang, daun, akar, aroma dsb ) yang menimbulkan kesan indah artistik atau kesan seni (Santaso, 2010).

### 2.3.2 Jenis – Jenis Tanaman Hias

Menurut Rahardi (1997), tanaman hias dapat dibedakan kedalam dua golongan yaitu:

a. Tanaman hias dalam ruangan (indoor).

Tanaman hias yang cocok ditanam dalam ruangan adalah tanaman hias yang dapat hidup sehari - hari dalam ruangan dan mempunyai ukuran yang tidak terlalu besar. Umumnya tanaman hias dalam ruangan merupakan tanaman berdaun indah. Ragam tanaman hias dalam ruangan yang populer antara lain aglonema, anthurium, palem dan paku - pakuan.

b. Tanaman hias luar ruangan (outdoor)

Pada dasarnya semua jenis tanaman hias dapat digunakan sebagai penghias di luar ruangan, namun keberadaan jenisnya sering kali ditentukan oleh model dan sifat tanaman yang bisa tahan atau tidak terhadap sinar matahari. Tanaman yang cocok untuk penghias luar ruangan adalah tanaman yang menyukai sinar matahari secara langsung. Tanaman hias luar ruangan umumnya berwujud pohon - pohonan, misalnya palem, sikas dan perdu - perduan, misalnya bugenvil, hibiscus, mawar, dan soka.

Menurut Endah (2007), tanaman hias berdasarkan bagian tanaman yang dinikmatinya terbagi menjadi dua jenis yaitu tanaman hias daun dan tanaman hias bunga.

a. Tanaman hias daun adalah tanaman hias yang memiliki warna warni daun yang indah dengan bentuk dan tajuk bervariasi, unik, dan eksotik. Sehingga meskipun tidak berbunga tetapi keindahan warna dan bentuk

daunnya mampu menghadirkan keasrian di lingkungan sekitar rumah, perkantoran atau apartemen.

- b. Tanaman hias bunga adalah tanaman hias yang memiliki kemampuan menghasilkan bunga dengan bentuk, warna, dan keharuman yang unik.

Memelihara tanaman hias adalah sebuah kegiatan yang bermanfaat jika dirawat dengan baik, tanaman bisa membuat rumah terlihat lebih segar dan menarik. Sejak beberapa tahun terakhir, banyak orang tak sekedar memelihara dan merawat, tetapi juga membudidayakan tanaman hias untuk sumber penghasilan tambahan. Ada banyak sekali jenis yang secara mendadak *trend* dan populer dan nilainya meningkat drastis.

#### 1. *Aglaonema*

Tanaman *Aglaonema* atau dengan nama lain “sri rezeki” merupakan tanaman hias tanpa bunga namun memiliki variasi daun yang meliputi motif, bentuk, warna dan ukuran hal inilah yang menjadikan tanaman ini diperjual belikan dengan menghitung jumlah daun, warna daun dan motifnya. Menurut Lisa (2018). Klasifikasi ilmiah dari tanaman *Aglaonema* dalam taksonomi tumbuhan sebagai berikut:

Kingdom : Plantae (Tumbuhan)  
Subkingdom : *Tracheobionta* (Tumbuhan berpembuluh)  
Super Divisi : *Spermatophyta* (Menghasilkan biji)  
Divisi : *Magnoliophyta* (Tumbuhan berbunga)  
Kelas : *Liliopsida* (berkeping satu / monokotil)  
Sub Kelas : *Arecidae*  
Ordo : *Arales*

Famili : *Araceae* (suku talas-talasan)  
Genus : *Aglaonema*  
Spesies : *Aglaonema crispum*



Gambar 2. Bunga (*Aglaonema crispum*)

## 2. Monstera (*Monstera deliciosa*)

Monstera atau nama lain philodendron pertosum merupakan jenis tanaman philodendron merambat yang berasal dari hutan tropis dari Meksiko serta beberapa Negara di Amerika selatan. Bentuk daun monstera tergolong unik karena memiliki lubang-lubang pada daunnya. Tanaman ini disebut monstera berasal dari kata “monster” karena tumbuhan ini memiliki daun yang lebar dan berwarna hijau seperti monster. (Lingga, 2007)

Klasifikasi ilmiah dari tanaman Monstera dalam taksonomi tumbuhan sebagai berikut:

Kingdom : Plantae  
Divisi : *Angiospermae*  
Kelas : *Monocotyledonae*  
Ordo : *Alismatales*  
Family : *Araceae*  
Genus : *Monstera*  
Spesies : *Monstera deliciosa*



Gambar 3. Bunga (*Monstera deliciosa*)

### 3. *Sansevieria* ( Lidah Mertua)

*Sansevieria* memiliki keindahan pada warna dan bentuk daun, tergantung varietasnya. Morfologi tumbuhan berdaun unik ini mudah dikenali dari daunnya yang menjulur panjang seperti lidah. Keunikannya ditunjukkan melalui ragam bentuk, ukuran dan warna daun (Ramadiana, 2008 dan Kurniadi, 2012). Klasifikasi ilmiah dari tanaman *Sansevieria* (lidah mertua) dalam taksonomi tumbuhan sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Sub kingdom	: <i>Trachebionta</i>
Divisi	: <i>Magniliophyta</i>
Super divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Kelas	: <i>Liliopsida</i>
Sub kelas	: <i>lilidae</i>
Ordo	: <i>Lilliales</i>
Famili	: <i>Agavaceae dan Ruscaceae</i>
Genus	: <i>Sansevieria</i>
Spesies	: <i>Sansevieria</i>



Gambar 4. Bunga (*Sansevieria*)

#### 4. *Anthurium*

*Anthurium* dikenal sebagai tanaman hias komersial di Indonesia tanaman ini disukai konsumen karena keindahan warna dan variasi bentuk bunga, serta variasi bentuk daun. Secara garis besar, *Anthurium* dapat digolongkan menjadi *Anthurium* berseludang bunga (spathae) indah dan berdaun indah (Budhiprawira dan Saraswati, 2006).

Klasifikasi ilmiah dari tanaman *Monstera* dalam taksonomi tumbuhan sebagai berikut:

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Sub kingdom	: <i>Viridiplantea</i>
Super Divisi	: <i>Embryophyta</i>
Divisi	: <i>Tracheophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Sub Ordo	: <i>Lilianeae</i>
Ordo	: <i>Alismatales</i>
Famili	: <i>Araceae</i>
Genus	: <i>Anthurium Schott</i>
Spesies	: <i>Anthurium andraeanum Linden</i>



Gambar 5. Bunga (*Anthurium andraeanum* Linden)

### 2.3.3 Manfaat Tanaman Hias

Tanaman hias memiliki banyak fungsi dan kegunaan. Dalam lanskap, tanaman hias memiliki fungsi sebagai tanaman pelindung, penghias taman, centre point, bedengan dan penutup tanah. Tanaman hias juga dapat memberikan suasana indah mempesona, melembutkan pandangan, dan memberikan kecemerlangan sepanjang waktu. Berbagai tanaman hias umumnya ditanam untuk menghijaukan dan mempercantik suatu taman atau sebagai tanaman hias pot yang ditempatkan di meja ataupun areal rumah, perkantoran, hotel, restoran atau apartemen (Waty, 2010). Pada kehidupan sehari-hari komoditas tanaman hias dibudidayakan untuk dinikmati keindahannya yang dapat terpancar dari keseluruhan tajuk tanaman juga bentuk, warna bunga, dan kerangka tanaman (Waty, 2010).

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fahriss Abdurrahman Wahid dan Puryantoro (2019) yang berjudul "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Bunga Melati" (Studi Kasus Desa Talkandang, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan variabel-variabel dalam kepuasan konsumen berupa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, inovasi produk, ketersediaan produk dan hubungan emosional terhadap minat beli konsumen akan produk bunga melati yang dihasilkan oleh para petani di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Penarikan konsumen sampel dari produk bunga melati menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013) dengan teknik penentuan sampel untuk tujuan mengetahui kepuasan mereka terhadap produk bunga melati di Desa Talkandang.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel-variabel dalam kepuasan konsumen berupa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, inovasi produk, ketersediaan produk dan hubungan emosional tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen akan produk bunga melati di Desa Talkandang secara parsial. Keenam variabel bebas tersebut mempengaruhi minat beli hanya secara simultan/bersama-sama sebesar 35,3%, sedangkan sisanya sebesar 64,7 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Nuryuliani, Saharia Kassa dan Dafina Howara (2013) yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin Di Kota Palu”. Yang bertujuan ini adalah untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias di Toko Bunga Nurseri Krismalin.

Teknik penentuan responden pada penelitian ini dilakukan secara insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen toko bunga Nurseri Krismalin sebanyak 30 responden.

Hasil Penelitian ini disimpulkan yaitu Karakteristik umum konsumen tanaman hias toko bunga Nurseri Krismalin sebagian besar adalah konsumen yang memiliki pekerjaan wiraswasta dan PNS dengan presentase masing-masing adalah 36,67% dan 30%, berusia produktif (19 tahun-30 tahun) dan berpendidikan sarjana Preferensi konsumen dipengaruhi oleh atribut (ketahanan tanaman, ukuran tanaman, harga, wadah yang digunakan, warna dan kuntum bunga), hal ini ditunjukkan oleh nilai  $\chi^2$  hitung  $> \chi^2$  tabel masing-masing : ketahanan tanaman (35,87 > 7,81), ukuran tanaman (24,67 > 7,81), harga (23,06 > 7,81), wadah yang digunakan (14,26 > 7,81), warna (11,33 > 7,81), dan kuntum bunga (9,73 > 7,81). Sementara jenis tanaman (7,60 < 7,81) tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen yang diunjukkan oleh  $\chi^2$  hitung 7,60 lebih kecil dari  $\chi^2$  tabel 7,81 ( $\chi^2$  hitung <  $\chi^2$  tabel). Perhitungan koefisien bersyarat (*contingency coeficient*)

atribut yang paling berpengaruh adalah ketahanan tanaman dengan nilai koefisien 0,73.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurjaya dan Laily Qodriyah (2018) yang berjudul “Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Bibit Tanaman Krisan (*Chrysanthemum Sp.*) Produk Balithi” Yang bertujuan ini adalah untuk 1. Mengidentifikasi karakteristik petani dan proses keputusan terhadap pemilihan penggunaan bibit krisan. 2. Menganalisis sikap dan kepuasan petani terhadap pemilihan dan penggunaan bibit krisan. Metode pengambilan daerah secara Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Schearffer et al., 2009)

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan yaitu berdasarkan karakteristik petani responden di Kecamatan Sukaresmi adalah sebagai berikut : a) Karakteristik petani responden di Kecamatan Sukaresmi mayoritas berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 86 %, 34 % responden berada pada rentang 31 sampai 40 tahun dan memiliki jumlah anggota keluarga 1 sampai 3 orang. Tingkat pendidikan akhir responden mayoritas lulusan sekolah dasar sebesar 80%, besar penghasilan kurang dari Rp 2.000.000. Responden menjadikan usaha budidaya tanaman krisan ini merupakan pekerjaan utama dengan lama penanaman rata-rata 10 tahun. Sebanyak 90% responden tidak memiliki lahan sendiri dengan luas lahan yang digarap antara 1000 sampai dengan 5000 m<sup>2</sup> . Mayoritas responden yaitu 80% menanam 3 kali dalam 1 tahun atau 3 musim tanam dengan varietas yang ditanam adalah varietas Balithi dan varietas bukan Balithi. b) Proses

keputusan pembelian memiliki lima tahapan, yaitu tahapan pengenalan kebutuhan, tahapan pencarian informasi, tahapan evaluasi alternatif, tahapan keputusan pembelian dan tahapan pasca pembelian. Pada tahapan Pengenalan Kebutuhan umumnya para petani ingin mendapatkan keuntungan dengan memakai benih varietas unggul (90%). Petani menilai bahwa penggunaan bibit varietas unggul sangat penting (90%) dan sebagian petani menganggap penting (10%). Harapan petani dengan menggunakan bibit varietas unggul maka akan menghasilkan kualitas yang lebih baik (100%). Sumber informasi umumnya diperoleh melalui PPL/ Kelompok tani.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anita Noviana, Yaktiworo Indriani dan Suriaty Situmorang (2014) yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur” yang bertujuan Untuk untuk mengkaji proses keputusan pembelian dan faktor-faktor dominan yang menentukan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Lokasi penelitian adalah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan kawasan agrowisata BBIH yang dikenal sebagai daerah pusat pembibitan dan budidaya tanaman hortikultura di Lampung. Para pedagang tanaman hias di Kecamatan Pekalongan terpusat pada satu tempat atau kawasan, menjadikan Kecamatan Pekalongan khususnya Desa Pekalongan sebagai daerah yang berpotensi sebagai pengembangan bisnis tanaman hias dan layak dijadikan sebagai lokasi penelitian.

Hasil dari penelitian ini disimpulkan Proses keputusan pembelian tanaman hias oleh konsumen rumah tangga melalui tahap-tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Meskipun hampir semua responden dalam mengambil keputusan pembelian melewati seluruh tahap demi tahap proses keputusan pembelian tersebut, tetapi sebagian besar responden telah memiliki sejumlah besar informasi produk yang dimiliki berdasarkan pengalaman dan hanya membutuhkan informasi tambahan untuk dapat menentukan pilihan. Komponen utama yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dibentuk berdasarkan tiga komponen utama (faktor) berdasarkan nilai factor loading. Komponen pertama (penampilan) terdiri dari tren dan gengsi. Komponen kedua (eksotisme) terdiri dari warna dan keunikan. Komponen ketiga (kesesuaian harga produk) terdiri dari variabel ukuran tanaman dan harga tanaman hias.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yonette Maya Tupamahu dan Hamka (2017) yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Roti (Studi Kasus Pada Golden Bakery Di Ternate)” yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen roti di Golden Bakery sehingga dapat menjadi bahan informasi kepada produsen untuk perbaikan atribut roti agar dapat tetap bersaing dan memiliki pangsa pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini Berdasarkan sifat masalahnya maka penelitian ini digolongkan menjadi penelitian kuantitatif. Perolehan data dengan cara pengambilan data secara langsung ke konsumen menggunakan kuesioner. Data kepuasan konsumen diperoleh melalui teknik Sampling Insidental dan Sampling Kuota.

Hasil dari penelitian ini disimpulkan yaitu Nilai Customer Satisfaction Index(CSI) untuk atribut-atribut pada Golden Bakery adalah sebesar 79,94%. Artinya penilaian pelanggan terhadap atributatribut menunjukkan tingkat kepuasan sudah cukup tinggi. Customer Satisfaction Index (CSI) memiliki nilai sebesar 79,94%, artinya adalah tingkat kepuasan total berada pada 0,66–0,80 yang berarti para pelanggan telah merasa puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh Golden Bakery.



### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penggunaan metode deskriptif kuantitatif ini diselaraskan dengan variabel penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka memiliki makna. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna. Adapun tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator – indikator variabel penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.

#### 3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode survei. Lokasi penelitian adalah di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Waktu penelitian dilakukan pada hari sabtu tgl 3 Juli 2021. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan Pusat budidaya tanaman hias karena sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai usaha pedagang tanaman hias dan menjadi salah satu ikon. Dan memiliki tingkat produksi yang cukup tinggi di Sumatra Utara, menjadikan Kecamatan Tanjung Merowa khususnya Desa Bangun Sari sebagai

daerah yang berpotensi sebagai pengembangan bisnis tanaman hias dan layak dijadikan sebagai lokasi penelitian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Zulkarnain (2010) populasi adalah keseluruhan individu-individu yang merupakan objek pengambilan data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang usaha tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Jumlah populasi pedagang usaha tanaman hias tidak diketahui.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Zulkarnain (2010) sampel adalah bagian dari sebuah yang dianggap dapat mewakili dari populasi. Sebagian peneliti mengatakan bahwa ukuran sampel tidak boleh kurang dari 10% dari ukuran populasi, tetapi sebagian lagi mengatakan tidak boleh kurang dari 5%, tetapi patokan ini juga tidak terlalu kaku. Karena besarnya ukuran sampel yang diambil banyak ditentukan oleh faktor – faktor lain, seperti dana, waktu dan tenaga yang tidak mencukupi, tentu kita harus cukup puas dengan ukuran sampel yang lebih kecil. Teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Menurut Zulkarnain Lubis (2010) *simple random sampling* (sampel acak sederhana) yang merupakan setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terambil, dimana besarnya kesempatan dari setiap anggota populasi ini tergantung kepada perbandingan antara ukuran sampel terhadap ukuran populasi. Semakin besar ukuran sampel terhadap ukuran populasi, maka semakin

besar kesempatan dari anggota populasi untuk terambil sebagai sampel. Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 10% - 15% dari populasi 100% yang diambil secara acak dengan menggunakan undian, nomor yang akan terpilih menandakan anggota populasi yang bersangkutan yang terpilih sebagai sampel. Dan sampel diambil hanya 30 Responden. karena metode pengumpulan data yang saya gunakan yaitu dengan wawancara semiterstruktur jadi dalam mengumpulkan data tersebut memperoleh waktu yang cukup lama.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan kuisisioner kepada konsumen tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku - buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

Langkah – langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data primer yaitu:

1. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
2. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informan yang dibutuhkan.

### 3. Observasi

Dalam penelitian ini, Observasi dilakukan terhadap Responden dalam membeli tanaman hias

### 4. Dokumentasi

Untuk teknik dokumentasi dimasukkan sebagai teknik pengumpulan data melalui dokumen atau arsip – arsip dari pihak terkait dengan penelitian. Dengan demikian, dokumen tersebut nantinya dapat dipergunakan sebagai bukti untuk suatu penelitian.

## 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Pengolahan data menggunakan software Microsoft Excel 2010 dan SPSS 25.0. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier sederhana terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut:

#### 1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

Homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.(Ghozali Imam, 2013)

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Park atau uji White.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel-variabelnya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan menggunakan *Uji Jarque Bera (JB)*. Batasan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Probability > 0,05 maka distribusi adalah normal
- b. Jika nilai Probability < 0,05 maka distribusi adalah tidak normal

### 3.5.2 Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear berganda yaitu metode yang dipakai guna menggambarkan hubungan suatu variabel dependen dengan tiga atau lebih dari tiga variabel independen. Dalam penelitian ini persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah seperti berikut ini :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

X = (KUALITAS) Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

Y = (KEPUASAN) Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

a = konstanta

b = koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah cabang dari statistik inferensial, yang digunakan untuk menguji secara statistik validitas suatu kalimat dan menarik kesimpulan tentang apakah akan menerima atau menolak kalimat tersebut. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data untuk menentukan apakah akan menolak atau menerima suatu keputusan atas kebenaran suatu pernyataan atau hipotesis. Beberapa uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian ini bertujuan untuk menguji secara parsial atau terpisah apakah variabel bebas (kualitas tanaman hias) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2006) : jelaskan kriteria untuk interplasi hasil.

#### 2. Uji Koefisiensi Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$  dimana nilai  $R^2$  yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Bila nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabilitas variabel dependen.

Suatu kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu digunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2013).

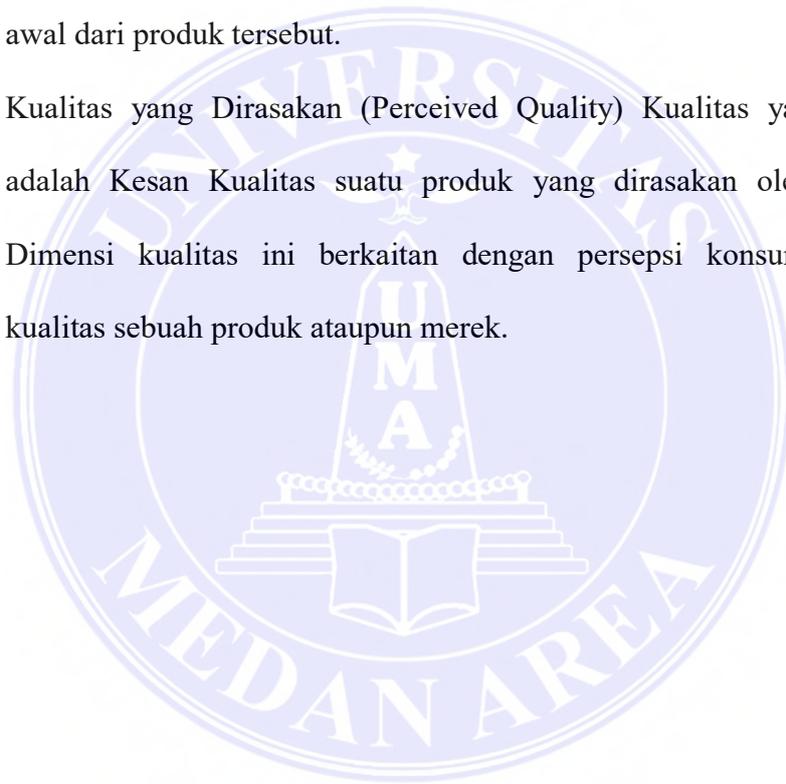
### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalahpahaman maka akan diuraikan beberapa definisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Tanaman hias adalah jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun atau tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistik dan menarik.
2. Pedagang tanaman hias adalah orang yang menanam dan menjual tanaman hias langsung ke konsumen.
3. Konsumen tanaman hias adalah konsumen yang tujuannya membeli tanaman hias dilokasi penelitian.

4. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.
5. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
6. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
7. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu.
8. Harga adalah nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang akan berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
9. Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa.
10. Hasil Produk (Performance) Karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.
11. Keandalan (Reliability) Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

12. Daya Tahan (Durability) Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat tersebut digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.
13. Kegunaan (Serviceability) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
14. Estetika (Aesthetics) Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.
15. Kualitas yang Dirasakan (Perceived Quality) Kualitas yang dirasakan adalah Kesan Kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.



## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear sederhana berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Tujuan pengujian hipotesis klasik adalah untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis, karena tidak semua data dapat dianalisis dengan regresi. Analisis regresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) harus memenuhi persyaratan pengujian asumsi klasik, antara lain uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 5.1.1 . Hasil Uji Normalitas

**Tabel 10 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,70881909
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,118
	Positive	,089
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

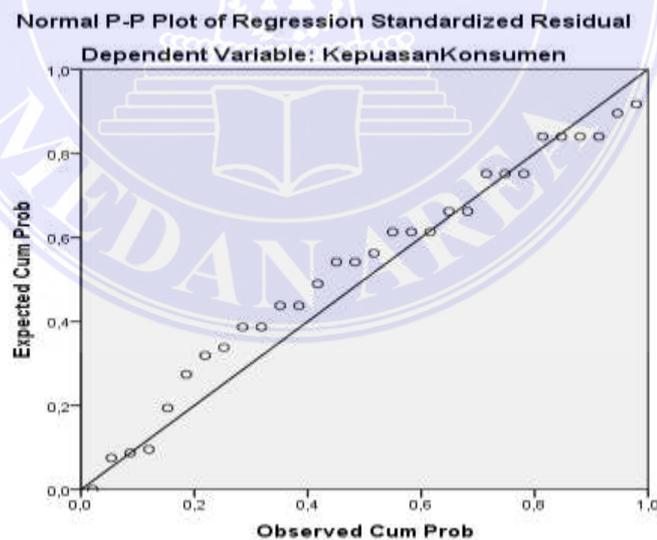
Sumber : Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, diperoleh nilai Pada variabel Kualitas Tanaman Hias (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang dihasilkan

(Asymp.sig = 0,200) lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha = 0,05$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data variabel dari Kualitas Tanaman Hias (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Pada variabel tersebut berdistribusi normal.

Selain menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, uji normalitas suatu data juga dapat dilakukan dengan melalui grafik normal P-plot dengan bantuan program SPSS 25.0. Kriteria sebuah data residual berdistribusi normal atau tidak dengan pendekatan Normal P-plot yang dapat dilakukan dengan melihat sebaran titik-titik yang ada pada gambar. Apabila sebaran titik-titik tersebut mendekati pada garis diagonal maka dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal, namun apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebagaimana yang disajikan pada gambar 5.2 berikut :

**Gambar 7 Grafik Normal P-Plot Variabel Kualitas Tanaman (X) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**



Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Berdasarkan gambar 5.2 diatas, terlihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Kualitas Tanaman Hias (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen berdistribusi normal.

### 5.1.2 Uji Heterokedastistas

Menurut Umar (2011) uji heterokedastisitas dilakukan guna mengetahui jika didalam model sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai sigifikan ujit  $> 0,05$ , maka artinya varian residual sama (homokedastisitas) atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedasditas dalam penelitian ini dilakukan untuk dengan uji korealasi rank spearman dan uji scatterplot melalui program IBM SPSS Statistic 25.0. Jika signifikansi Unstandardized Residual (sig.  $> 0,05$ ) berarti tidak ada terjadi heteroskedasditas begitu pula sebaliknya. Untuk melihat adanya terjadi heteroskedasditas pada variabel ini, dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut:

**Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedasditas**

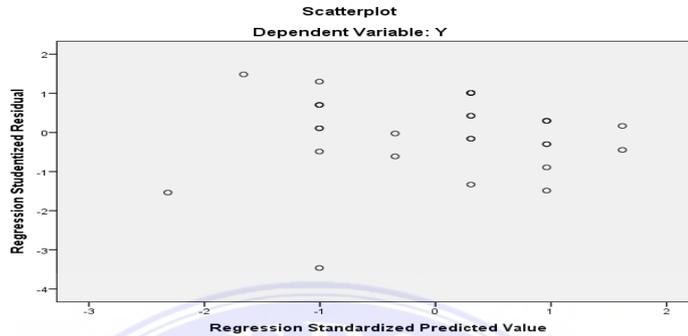
		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,518	2,759		2,363	,025
	Kualitas Tanaman Hias	-,257	,134	-,341	-1,917	,065

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, terlihat bahwa variabel Kualitas Tanaman Hias (X) nilai signifikansinya sebesar 0,65. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi dukungan sosial lebih besar dari 0,05 atau  $0,65 > 0,05$ . Kemudian, variabel Kepuasan Konsumen (Y) nilai signifikansinya sebesar 0,25. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi Kepuasan Konsumen lebih besar dari 0,05 atau

0,25 > 0,05. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasditas. Kemudian, jika dilihat pada uji scatterplot akan terlihat pada gambar 5.3 berikut:



Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Dari gambar scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedasditas pada model regresi ini, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kualitas Tanaman Hias berdasarkan masukan variabel Kepuasan Konsumen.

## 5.2 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.

### 5.2.1 Regresi linier sederhana

Hal ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

**Tabel 12 Regresi Sederhana Variabel Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	,006	,404		,016	,988
	Kualitas Tanaman Hias	1,031	,004	1,000	287,142	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persamaan analisis regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = 0,06 + 1,031X$$

1.  $a = 0,06$  atau konstanta regresi, yang berarti jika tidak ada nilai independen variabel X (Kualitas Tanaman Hias) dalam hal ini X sama dengan 0 maka Kepuasan Konsumen akan bertambah 0,06
2.  $b = 1,031$  untuk independent variabel X (Kualitas Tanaman Hias) yang bertanda positif berarti memiliki hubungan yang t searah yang artinya setiap meningkatkan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 1,031

### 5.3 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Pengujian Parsial)

Uji t (persial) yaitu menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan nilai kritis sesuai dengan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05.

**Tabel 13 Hasil Uji t (Pengujian Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,006	,404		,016	,988
	Kualitas Tanaman Hias	1,031	,004	1,000	287,142	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas dengan mengamati baris,kolom,dan sig dijelaskan bahwa:

### 1) Pengaruh Variabel Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen (H1)

Variabel Kualitas Tanaman Hias (X) berpengaruh secara positive dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat dari signifikan kualitas tanaman hias (x)  $0,000 < 0,05$ , dan nilai T tabel =  $a/2(n-1) = 0,025;29$  yaitu 2,04523. Berarti nilai t hitung  $> t$  tabel  $287,142 > 2,04523$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Kualitas Tanaman Hias terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial diterima.

### 2. Uji Koefisien Determinasi

R Square merupakan kemampuan variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai R square maka semakin besar kemampuan variabel bebas menjelaskan pada variabel terikat.

**Tabel 14 Tabel Koefisien Determinan Variabel Kualitas Tanaman Hias (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,199 <sup>a</sup>	,040	,005	1,73907

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 5.6 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 40%. Maka hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 40% hal ini menunjukkan pengaruh regresi antara X terhadap Y nilai R square

40% artinya variabel kepuasan konsumen mampu menerangkan kualitas tanaman hias sebesar 40%

#### 5.4 Kualitas Tanaman Hias

Kualitas tanaman hias sangat mempengaruhi Kepuasan konsumen dapat dilihat dari kualitas tanaman hias yaitu dari Estetika/keindahan, daya tahan, kegunaan, kualitas yang dirasakan, dan keandalan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjong Merowa Kabupaten Deli Serdang.

**Tabel 15 Kualitas Tanaman Hias**

No	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	Persentase (%)
1	Estetika/keindahan	Apakah estetika tanaman hias mempengaruhi minat saudara/i dalam membeli tanaman hias ?	21,10%
2	Daya Tahan	Daya tahan produk tanaman hias disini sangat bagus.	19,80%
3	Kegunaan	Menurut saudara/i apakah tanaman hias ini sangat berguna	19,48%
4	Kualitas yang dirasakan	Kualitas tanaman hias sangat memberikan kepuasan terhadap hasil	20,77%
5	Keandalan	Kemampuan pedagang dalam memberikan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen	18,83%
Total			99,98%

*Sumber : data primer diolah, 2021*

Dari tabel 5.7 dapat dilihat bahwa Kualitas Tanaan hias dengan persentase 99,98% estetika atau keindahan memiliki skor tertinggi pada variabel kualitas tanaman hias dengan persentase 21,10%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat desa bangun sari menyukai estetika dan keindahan pada tanaman hias. Sedangkan skor paling rendah didapat pada variabel kualitas tanaman hias yaitu keandalan

dengan skor 18,83% Hal ini di sebabkan masyarakat bangun sari mengutamakan keindahan tanaman hias dari pada keandalan suatu tanaman hias.

Adapun indicator kualitas tanaman hias tersebut yaitu :

1. Estetika (*Aesthetics*) Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.
2. Daya Tahan (*Durability*) Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat tersebut digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.
3. Kegunaan (*Serviceability*) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
4. Kualitas yang Dirasakan (*Perceived Quality*) Kualitas yang dirasakan adalah Kesan Kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.
5. Keandalan (*Reliability*) Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

## 5.5 Analisis Kepuasan Konsumen

Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas tanaman hias dapat dilihat dari kepuasan konsumen yaitu dari kualitas layanan, kualitas produk, harga, biaya, dan emosi dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Merowa Kabupaten Deli Serdang.

**Tabel 16 Kepuasan Tanaman Hias**

No	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	Persentase (%)
1	Kualitas Pelayanan	Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang tanaman hias disini baik dan ramah?	21,10%
2	Kualitas Produk	Menurut saudara/i bagaimana kualitas produk tanaman hias disini bagus dan memuaskan ?	20,15%
3	Harga	Menurut Saudara/i apakah harga tanaman hias disini sesuai dengan kualitas tanaman yang diberikan oleh pedagang dan juga lebih murah dibandingkan tempat lain ?	20,15%
4	Biaya	Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk tanaman hias cenderung puas terhadap tanaman hias atau pelayanan yang diberikan oleh pedagang tersebut.	19,21%
5	Emosi	Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. pKepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.	19,37%
Total			99,98%

*Sumber : data primer diolah, 2021*

Dari tabel 5.8 dapat dilihat bahwa variabel kepuasan konsumen yaitu dengan total persentase 99,98%. kualitas pelayanan memiliki skor tertinggi pada variabel kepuasan konsumen dengan persentase 21,10%. Hal itu menunjukkan masyarakat didesa Bangun sari mengutamakan kualitas pelayanan pada tanaman

hias. Sedangkan skor paling rendah di dapat pada variabel kepuasan konsumen yaitu biaya dengan persentase 19,37%. Hal ini disebabkan pada harga tanaman hias cukup mahal dikarenakan tren tanaman hias. Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu.
4. Harga adalah nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang akan berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
5. Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa.

## VI. PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis pengaruh Kualitas Tanaman Hias terhadap Kepuasan Konsumen maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Kualitas Tanaman Hias memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Artinya Kualitas Tanaman Hias Berpengaruh dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran antara lain sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan produsen diharapkan untuk dapat mempertahankan kan kualitas tanaman hias yang diperjualbelikan.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variable Jenis Tanaman Hias dan Akses atau variabel lainnya untuk mengetahui lebih jelas tentang pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen dengan demikian penelitian lanjutan tersebut akan memberikan gambaran yang lebih akurat, terperinci mengenai pengaruh kualitas tanaman hias terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nur Rahman Pi, P.N.P.E.R (2016) ‘Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Pencairan Pelayanan Kesehatan (Health Seeking Behavior) pada Santri’ *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, vol. 4, Okl, p. 5.
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I*, Cetakan ke-dua. Penerbit : CAPS, Yogyakarta.
- Anonymus. 2021. Harganya Selangit, Ini 7 Tanaman Hias Terpopuler 2020. Diakses pada 7 Januari 2020 dari <https://www.authenticity.id/read/harganya-selangit-ini-7-tanaman-hias-terpopuler-2020>.
- Aritonang , Binaria. 2009. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus Pedagang di Kota Bogor, Jawa Barat)”. *Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor*
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategi Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Raja Garfindo Persada. Jakarta.o
- Ashari, Semeru. 1995. *Hortikultura, Aspek Budidaya*. Penerbit UI. Jakarta
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- A.Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. “Problems and Strategies in Services Marketing”. *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*.
- Badan Pusat Statistik 2012.*Kabupaten Deli Serdang dalam angka 2012*.Badan Pusat Statistik Deli Serdang
- Badan Pusat Statistik .2013.*Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2013*.Badan Pusat Statistik.Medan
- Badan Pusat Statistik .2014.*Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2014*.Badan Pusat Statistik.Medan
- Badan Pusat Statistik .2015.*Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2015*.Badan Pusat Statistik.Medan
- Badan Pusat Statistik .2016.*Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2016*.Badan Pusat Statistik.Medan
- Badan Pusat Statistik .2017.*Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2017*.Badan Pusat Statistik.Medan
- Bailia, Jefry F.T., Agus Supandi Soegoto, & Sjendry S.R. Loindong. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di kota Manado*. *Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*

*Manado*. Vol.2 No.3 September 2014. Diakses tanggal 6 April 2016..  
Hal.1768-1780.

- Budhiprawira S, Saraswati D. 2006. *Anthurium*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Christopher H Lovelock dan Lauren K . Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro. Cetakan Kedua, Jakarta ; PT. INDEKS
- Dinas Pertanian Kabupaten Deli Serdang , 2011. *Luas Panen, Produksi, dan Produktifitas tanaman hias Tahun 2011*. Lubuk Pakam.
- Daryanto, (2013). *Inovasi Pembelajaran Efektif*. Bandung: Yrma Widya.
- Endah, J. 2007. *Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga*. Jakarta : Agromedia Pustaka.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- F. Rahardi & Sri Wahyuni & Eko M. Nurcahya. 1997. *Agribisnis Tanaman Hias*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Haryati Lakamisi. 2010. *Prospek Agribisnis Tanaman Hias Dalam Pot (Potplant)*.  
Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikana vol. 3:2
- <https://money.kompas.com/read/2020/12/10/124000426/ini-alasan-di-balik-mahalnya-harga-tanaman-hias-?page=all>
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Lingga Lanny, (2007), *Philodendron*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Lisa. (2018). *Potensi Bisnis Tanaman Hias Aglaonema*. Artikel. <http://lisa.id/petani/artikel/>
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat*, Jakarta.
- Meldarianda, Resti dan Henky Lisan. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Bandung. JBE Vol 17 No.2. Hal 97-107.

- Nisa Sofian. 2008. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Aglaonema Hibrida Lokal. Skripsi Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Nitisemito, Alex S. 2001. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia. Jakarta.
- Pulungan, K, U, 2018. "Analisis Pemasaran Tanaman Hias Bougainville (*Bougainvillea spectabilis*), Melati Mini (*Jasminum sambac*) dan Khalifa (*Euodia ridleyi*)", Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Medan.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama : Ekonisia. Yogyakarta : Perspektif Global.
- Ramadiana, S. 2008. Respon Pertumbuhan Stek Lidah Mertua (*Sansevieria trifasciata*) pada Pemberian Berbagai Konsentrasi IBA dan Asal Bahan Tanam. *Jurnal Budidaya Pertanian*. Universitas Negeri Lampung. Bandar Lampung.
- Rangkuti, F. 2011. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riyanto & Antonius. (2007). *Buku Pintar Tanaman hias*. 1 penyunt. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Waty GK. 2010. *Penyusunan Strategi Bisnis Tanaman Hias pada Tyas Orchid Bogor Jawa Barat [skripsi]*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

## Lampiran 1. Surat Pengambilan Data Riset



Nomor : 0533/FP.1/01.10/IVI/2021

Medan, 11 Juni 2021

Lamp. : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Yth. Kepala Desa Bangun Sari  
Kecamatan Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Krisna Yanti Hutagalung  
NIM : 178220120  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Tanaman Hias Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang"**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

No Urut :

Selamat Siang,

Saudara/i yang terhormat, saya Mahasiswa Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai Pengaruh Analisis Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang .

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Data/informasi yang diberikan sifatnya dalah rahasia. Partisipasi dari Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya mengucapkan terimakasih.

### A. Identitas Responden

1. Nama Responden : .....
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Usia : .....Tahun
4. Pendidikan Terakhir : .....
5. Pekerjaan :
6. Pendapatan Perbulan : .....
7. Jumlah tanggungan Keluarga : .....
8. Alamat : .....

## I. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada alternatif jawaban yang telah disediakan. Diharapkan semua pertanyaan tidak ada yang dikosongkan karena jawaban tersebut sesuai dengan pendapat sendiri, maka tidak ada jawaban yang dianggap salah.

## II. Alternatif Jawaban

Skor 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2. Tidak Setuju (TS)

Skor 3. Cukup Setuju (CS)

Skor 4. Setuju (S)

Skor 5. Sangat Setuju (SS)

## 1. Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	ST S	TS	CS	S	SS
1	Kualitas Pelayanan	Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang tanaman hias disini baik dan ramah?					
2	Kualitas Produk	Menurut saudara/i apakah kualitas produk tanaman hias disini bagus dan memuaskan ?					
3	Harga	Menurut Saudara/i apakah harga tanaman hias disini sesuai dengan kualitas tanaman yang diberikan oleh pedagang dan juga lebih murah dibandingkan tempat lain ?					
4	Biaya	Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk tanaman hias cenderung puas terhadap tanaman hias atau pelayanan yang diberikan oleh pedagang tersebut.					
5	Emosi	Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.					

## 2. Kualitas Tanaman Hias

No	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Estetika/ keindahan	Apakah estetika tanaman hias mempengaruhi minat saudara/i dalam membeli tanaman hias ?					
2	Daya Tahan	Daya tahan produk tanaman hias disini sangat bagus.					
3	Kegunaan	Menurut saudara/i apakah tanaman hias ini sangat berguna					
4	Kualitas yang dirasakan	Kualitas tanaman hias sangat memberikan kepuasan terhadap hasil					
5	Keandalan	Kemampuan pedagang dalam memberikan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen					

### Lampiran 3. Hasil Kuesioner

#### 1. Kualitas Tanaman Hias

No. Responden	kualitas tanaman hias					TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	
1	5	4	4	4	4	21
2	5	4	4	4	4	21
3	4	4	5	5	5	23
4	4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	5	4	22
6	5	4	4	5	4	22
7	5	4	3	3	4	19
8	5	5	4	4	4	22
9	4	4	4	5	3	20
10	4	3	4	4	4	19
11	5	4	3	4	1	17
12	5	4	4	4	4	21
13	4	3	4	4	4	19
14	4	5	4	4	4	21
15	4	4	5	4	4	21
16	4	4	5	5	4	22
17	4	3	4	4	4	19
18	4	3	4	4	4	19
19	4	3	4	4	3	18
20	4	5	4	5	4	22
21	4	5	4	4	4	21
22	4	4	4	5	4	21
23	4	5	4	5	4	22
24	5	5	4	4	4	22
25	4	4	3	4	4	19
26	4	4	4	5	3	20
27	4	5	4	4	4	21
28	5	5	4	4	5	23
29	5	4	4	4	4	21
30	4	4	3	4	4	19
Total	130	122	120	128	116	616

Sumber : data primer diolah, 2021

## 2. Kepuasan Konsumen

No. Responden	KEPUASAN KONSUMEN					Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	5	5	4	4	23
2	4	4	4	4	5	21
3	5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	4	4	22
5	4	3	4	4	4	19
6	5	5	4	4	4	22
7	4	4	5	4	4	21
8	4	5	4	4	4	21
9	4	4	3	4	5	20
10	4	4	5	4	4	21
11	5	3	4	3	3	18
12	4	5	4	5	4	22
13	3	2	5	3	2	15
14	5	4	5	5	4	23
15	5	5	4	4	5	23
16	5	5	5	4	3	22
17	4	4	5	5	4	22
18	5	5	4	4	4	22
19	4	4	5	5	5	23
20	5	4	4	4	3	20
21	4	4	4	3	4	19
22	5	5	4	4	4	22
23	4	4	5	4	5	22
24	4	4	3	5	5	21
25	4	4	4	3	5	20
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	4	5	4	21
28	5	5	4	4	4	22
29	5	5	4	4	5	23
30	5	5	5	4	4	23
Total	134	128	128	122	123	635

*Sumber : data primer diolah, 2021*

**Lampiran 4. Data Responden Tanaman Hias**

No.	Nama responden	Jenis kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan terakhir	pekerjaan	Pendapatan (Perbulan)	Jumlah tanggungan keluarga
1	Salim	Perempuan	58	SD	IRT	Rp. 500.000	1
2	Rina Hasugian	Perempuan	40	SMP	IRT	Rp. 3000.000	4
3	Risvan Saragih	Laki – Laki	53	SMA	Wiraswas ta	Rp. 4000.000	3
4	Oktaviana Sipayung	Perempuan	42	SMA	IRT	Rp. 2000.000	3
5	Fitriana Sembiring	Perempuan	32	SMA	IRT	Rp. 2000.000	2
6	Dewi Ramayani	Perempuan	43	SMA	IRT	Rp. 3000.000	3
7	Indah Sari	Perempuan	40	SMA	IRT	Rp. 3,500.000	4
8	Valentin Sidabutar	Perempuan	47	SMA	IRT	Rp. 2000.000	2
9	Martina Lubis	Perempuan	43	SMA	Wiraswas ta	Rp. 1000.000	3
10	Friska Sidabutar	Perempuan	45	SMA	IRT	Rp. 3000.000	2
11	Rendy Siburian	Laki – Laki	32	SMA	Wiraswas ta	Rp. 2000.000	2
12	Juwita Sinaga	Perempuan	45	SMA	IRT	Rp. 1000.000	3
13	Poltak Manulang	Laki – Laki	51	SMA	Wiraswas ta	Rp. 4000.000	6
14	P. Tarihoran	Laki –Laki	49	D3	Pengusah a	Rp. 5000.000	4
15	Sahat Simamora	Laki – Laki	40	SMA	Wiraswas ta	Rp. 2000.000	4
16	Z. Pakpahan	Laki – Laki	55	SMA	Wiraswas ta	Rp. 4000.000	3
17	Rahmat Manalu	Laki – Laki	52	SMA	Wiraswas ta	Rp.1000.000	1
18	Riska Yadani	Perempuan	30	SMA	Wiraswas ta	Rp. 2000.000	-
19	Kiky Leviana	Perempuan	36	S1	Pengusah a	Rp. 5000.000	-
20	Desi Gultom	Perempuan	48	SMP	IRT	Rp. 3000.000	5
21	Lestaria Manurung	Perempuan	48	SMA	IRT	Rp.2000.000	6
22	Rahma Asinna	Perempuan	41	S1	Guru	Rp. 4000.000	1
23	Lestina Sihombing	Perempuan	46	S1	Guru	Rp. 3.500.000	2
24	Anna Masriana	Perempuan	47	SMA	IRT	Rp.3000.000	4
25	Nur Hani Sibarani	Perempuan	55	SMP	IRT	Rp. 1000.000	3
26	Nova Putri	Perempuan	30	SMA	Mahasisw a	Rp. 1000.000	-
27	Rahmawati Sinaga	Perempuan	49	SMA	IRT	Rp. 2.500.000	2
28	Tian Marbun	Laki – Laki	30	S1	PNS	Rp. 3000.000	1
29	Rinawati Sihaan	Perempuan	40	SMA	IRT	Rp. 2000.000	2
30	Hotma Panjaitan	Laki – Laki	52	SMA	Wiraswas ta	Rp. 2.500.000	2

## Lampiran 5. Output SPSS

### 1. Hasil Uji Normalitas

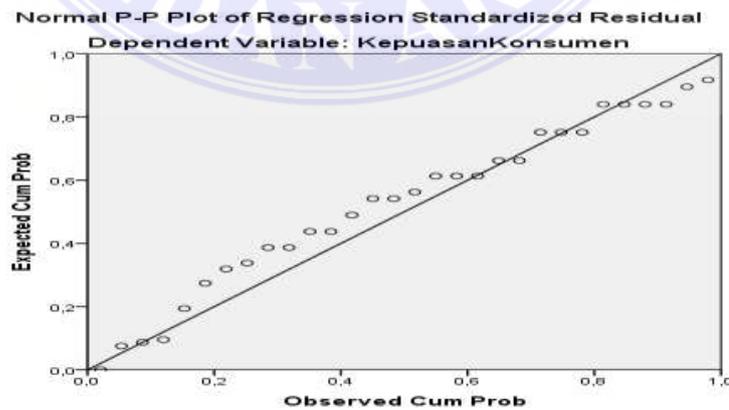
#### Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

2.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,70881909
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,118
	Positive	,089
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan SPSS, 2021

### Gambar Grafik Normal P-Plot Variabel Kualitas Tanaman (X) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)



Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

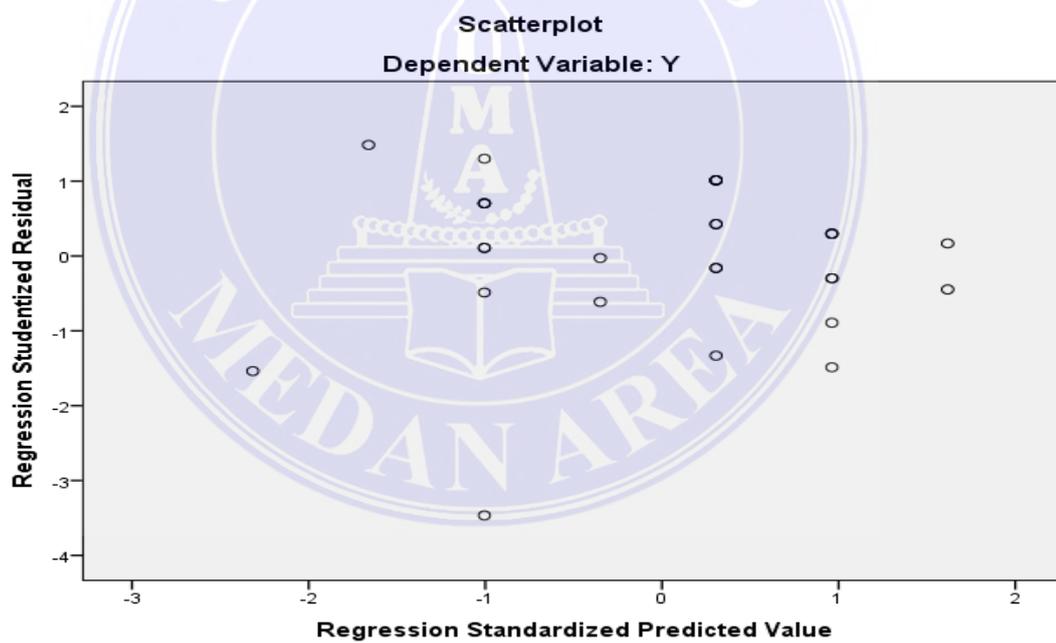
## 2. Hasil Uji Heteroskedastitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,518	2,759		2,363	,025
	Kualitas Tanaman Hias	-,257	,134	-,341	-1,917	,065

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

Gambar scatterplot Uji Heterokedastistas



Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

### 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

#### Regresi Sederhana Variabel Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,006	,404		,016	,988
	Kualitas Tanaman Hias	1,031	,004	1,000	287,142	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

### 4. Hasil Uji t (Penguji Parsial)

#### Tabel Hasil Uji t (Penguji Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,006	,404		,016	,988
	Kualitas Tanaman Hias	1,031	,004	1,000	287,142	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

### 5. Hasil Uji Uji Koefisien Determinasi

#### Tabel Koefisien Determinan Variabel Kualitas Tanaman Hias (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,199 <sup>a</sup>	,040	,005	1,73907

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil uji validitas dengan SPSS, 2021

## Lampiran 6. Surat Selesai Riset



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG  
KECAMATAN TANJUNG MORAWA  
DESA BANGUN SARI**

Alamat : Dusun VII Gg Darmo No 83 Kecamatan Tanjung Morawa Kode Pos 20362  
Telepon (061)..... Faks (061).....  
E-Mail : ..... Website : .....

Bangun Sari, 03 Juli 2021

Nomor : 074 / 4474

Kepada Yth :

Lampiran : 1 (satu) Lembar

Universitas Medan Area

Perihal : Selesai Riset

DI

Tempat:

Sehubungan dengan Surat Izin Penelitian/Riset yang di laksanakan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa, yang dilaksanakan oleh:

Nama : Krisna Yanti Hutagalung  
Alamat : Jl. Pimpinan No. 15 E Medan  
NIM : 178220120  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Jurusan : Agribisnis  
Judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang".  
Daerah/Lokasi : Desa Bangun Sari  
Lama Penelitian : 1 (Satu) Bulan  
Peserta : Sendiri  
Penanggung Jawab : Dr. Ir. Syahbuddin, M.Si

Bersama ini disampaikan bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi



## Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



**Wawancara dengan konsumen tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.**



**Klatea**



**Pucuk Merah**



**Aglaonema crispum**



**Wawancara dengan konsumen tanaman hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.**



**Aglaonema crispum**