

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TANAMAN ANGGREK DI KOTA BATU

CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS OF ORCHID PLANT IN BATU CITY

Nova Anggraeni^{1*}, Noor Harini², Sutawi³

^{1*}(Agribisnis, Direktorat Program Pasca Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang)

(Email: umm.anggraeni.2014@gmail.com)

² Agribisnis, Direktorat Program Pasca Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang)

(Email: harini@umm.ac.id)

³ Agribisnis, Direktorat Program Pasca Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang)

(Email:sutawi@umm.ac.id)

*Penulis korespondensi: umm.anggraeni.2014@gmail.com

ABSTRACT

This research is to obtain information about consumer behavior of orchids, find out the type of orchid that consumers like the most and knowing the factors that influence consumer behavior in buying orchids in Batu City. The research method used is descriptive quantitative and using sampling Accidental Sampling Non-Probability. Primary data was obtained by distributing questionnaires to buyers of orchids in Batu City, as many as 50 respondents who participated in this research and secondary data obtained from the latest literature studies from various reliable related sources. Data analysis using quantitative descriptive method, likert's scale, validity test and reliability test. The results showed that the majority of orchid consumers were female, aged under 40 years and income level of 3,100,000-5,000,000 rupiah. The most preferred type of dendrobium orchid. Factors that influence consumer behavior are psychological, social and personal factors.

Keywords: Consumer behavior, Orchids, Batu City

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi perilaku konsumen tanaman anggrek, mengetahui jenis anggrek yang paling banyak disukai konsumen dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli tanaman anggrek di Kota Batu. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif dan penarikan sampel menggunakan *Accidental Sampling Non-Probability*. Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner pada pembeli tanaman anggrek di Kota Batu sebanyak 50 dan data sekunder diperoleh dari studi literatur terbaru yang berkaitan dengan penelitian dari berbagai sumber terkait terpercaya. Analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif, *skala likert's*, uji validitas dan uji reabilitas. Hasil penelitian diperoleh konsumen anggrek terbanyak berjenis kelamin perempuan, usia dibawah 40 tahun dan tingkat pendapatan 3.100.000-5.000.000 rupiah. Jenis anggrek dendrobium yang paling disukai. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor psikologis, sosial dan pribadi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Anggrek, Kota Batu

PENDAHULUAN

Sebelum membeli suatu produk atau jasa, seorang konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal. Umumnya reaksi konsumen dalam suatu proses pembelian produk bergantung pada kebutuhan, pendapatan dan harga produk tersebut (Putri dkk, 2021). Konsumen secara individu membeli barang dan jasa digunakan untuk keperluan pribadi sedangkan konsumen secara organisasi melakukan pembelian untuk keperluan bisnis, perusahaan, sosial, agama dan kemasyarakatan. Dimana fungsi barang atau jasa tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan pemakainya, sehingga tercipta kepuasan bagi konsumen tersebut. Hal ini membentuk pola dalam perilaku konsumen (Yatiman, 2018).

Perilaku konsumen adalah rasa kepuasan seorang pembeli dalam memilih, menentukan, membeli dan mengkonsumsi suatu produk, barang atau jasa. Menurut Fauzi dan Yuliatwati (2020) perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dilalui konsumen dalam membeli, mencari, mengevaluasi pasca pembelian suatu produk dalam membelanjakan sumber daya yang tersedia. Tjiptono (dalam Mendrofa dan Sunaryanto, 2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumen ialah suatu tindakan yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa, dimana terdapat suatu proses pengambilan keputusan sebelumnya. Seorang konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor sebelum menentukan keputusan pembelian.

Setiadi (2015) menyebutkan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membelanjakan sumber dana meliputi faktor psikologis, faktor pribadi, faktor budaya dan faktor sosial. Keempat faktor ini harus diperhitungkan agar proses pengambilan keputusan pembelian berjalan. (Saifullah dkk., 2022) Faktor-faktor dominan perlu dikaji untuk mengetahui perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam pembelian tanaman, konsumen akan melakukan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan proses pembelian serta evaluasi pasca pembelian. Termasuk dalam pembelian tanaman hias anggrek.

Tanaman anggrek adalah salah satu genus tanaman hias terbesar di dunia. Diperkirakan terdapat 30.000 jenis anggrek spesies di dunia. Dari jumlah itu terdapat sekitar 5.000 spesies di Indonesia. Perkembangan ilmu pengetahuan juga semakin menambah khasanah tanaman anggrek. Diperkirakan terdapat lebih dari 75.000 hibrida tanaman anggrek (Handoyo, 2021).

Tanaman anggrek dikonsumsi berdasarkan keindahan bunga, warna bunga, corak bunga, ukuran tanaman dan bunga, serta kebermanfaatannya lain misal untuk kosmetik dan obat-obatan. Kementerian Pertanian Republik Indonesia (Kementan RI) menyampaikan terjadi peningkatan rata-rata 8,28 % produksi tanaman anggrek dari rentang waktu 1997-2019. Provinsi Jawa Timur adalah sentra produksi tanaman anggrek di Indonesia dibawah Provinsi Jawa Barat dan Banten. Total produksi tanaman anggrek Provinsi Jawa Timur mencapai 5,87 juta tangkai. Dimana Kota Batu menjadi penyumbang produksi tertinggi dengan produksi 2,25 juta tangkai.

Kota Batu merupakan kawasan agrowisata yaitu daerah dengan tujuan wisata pertanian. Bahkan pemerintah Kota Batu mencanangkan konsep eduwisata dengan beberapa tanaman hias sebagai ikonnya termasuk anggrek didalamnya. Konsep ini memeadukan keterlibatan masyarakat setempat dengan keberlangsungan lingkungan (Gunawan dan Nurdiah, 2018). Kota Batu yang terletak di hulu Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas yang berada di ketinggian 700-2000 mpdl dan memiliki suhu harian 18-31° C adalah daerah yang cocok untuk budidaya tanaman anggrek (Batukota.go.id, 2022). BPS (2023) mencatat terdapat lebih dari 3,7 juta wisatawan datang ke Kota Batu pada tahun 2022 dan berbelanja tanaman hias khususnya anggrek adalah salah satu wisata utama. Momentum kunjungan wisatawan ini harus bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha tanaman anggrek. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian tentang perilaku konsumen tanaman hias anggrek di Kota Batu.

Tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui informasi yang berkaitan dengan konsumen dalam membeli tanaman anggrek di Kota Batu.
2. Mengetahui jenis anggrek yang paling disukai konsumen di Kota Batu.
3. Menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian anggrek di Kota Batu.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian dilaksanakan di Kota Batu, Provinsi Jawa Timur di sentra penjualan tanaman anggrek yaitu di Mitra Flora Nusantara, Kios Bunga Barokah dan Kios Anggrek Prapti. Waktu penelitian dilakukan dari Bulan Desember 2022-Januari 2023 meliputi tahapan usulan penelitian, usulan lokasi penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, penyusunan dan pengolahan data.

Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan ketiga tempat tersebut merupakan sentra penjualan tanaman anggrek di Kota batu yang banyak dikunjungi. Sugiyono (2013) menyampaikan penentuan lokasi yang dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu diperbolehkan agar data yang diperoleh lebih *representative*.

Metode Pengambilan Sampel Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif dilakukan secara wawancara dan memberikan kuisisioner kepada responden dan dalam pengambilan jawaban menggunakan data ordinal melalui bantuan skala likert sehingga data kualitatif bisa dikuantitaskan. Skala yang digunakan 1-4. Dimana 1 untuk sangat tidak setuju dan 4 untuk sangat setuju. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan informasi dari konsumen tanaman anggrek.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling Non-Probability*, yaitu konsumen yang sudah membeli tanaman anggrek ketika peneliti berada di lokasi penelitian tersebut. Jumlah sampel ditetapkan 50 responden dengan kriteria sudah menyelesaikan pembayaran tanaman anggrek di kasir. Sugiyono (2018) menyatakan pada penelitian kuantitatif jumlah ukuran sampel dapat diestimasikan menggunakan ukuran terkecil yaitu 50 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer berbentuk wawancara terhadap konsumen yang dituju dan kuisisioner berupa pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda dan *agreescale*. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan kajian pustaka dari berbagai sumber relevan dan terbaru.

Variabel Penelitian

Variabel data penelitian ini meliputi faktor psikologis, faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi dalam keputusan pembelian. Analisis deskriptif sebagai gambaran mengenai objek yang dilihat dalam bentuk presentase dan analisis kuantitatif yaitu perhitungan skor skala likert, melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tanaman hias selalu diidentikan dekat dengan perempuan. Tabiat perempuan yang menggemari keindahan, kemewahan dan kecantikan seolah tetap terjaga. Yatiman (2018)

menyampaikan bahwa secara umum perempuan menggemari tanaman hias. Data karakteristik konsumen tanaman anggrek berdasarkan jenis kelamin tersaji sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	12	24
Perempuan	38	76
Jumlah	50	100

Sumber: data primer penelitian, diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1, jenis kelamin perempuan konsumen tanaman anggrek sebesar 76% dan 24% laki-laki. Perempuan tetap lebih banyak membeli tanaman anggrek dikarenakan keindahan bunganya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu responden berjenis kelamin laki-laki biasanya membeli tanaman anggrek untuk dikoleksi dikarenakan keunikan tertentu. Sebagian besar laki-laki membeli tanaman anggrek biasanya memang kolektor atau penggemar tanaman anggrek karena faktor tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Kamilah (2019) pada pengunjung Kios bunga Barokah Kota Batu juga menunjukkan bahwa mayoritas adalah perempuan.

Selain jenis kelamin, karakteristik responden dapat dilihat dari rentang usia konsumen tanaman anggrek. Usia konsumen menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian. Pengalaman dan tingkat kebutuhan berdasarkan usia selalu menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian. Sarinastiti (2013) menyampaikan bahwa usia adalah faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli tanaman hias. Berikut tersaji karakteristik konsumen tanaman anggrek berdasarkan usia:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
<40	27	54
41-50	11	22
>51	12	24
Jumlah	50	100

Sumber: data primer penelitian, diolah 2023.

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas konsumen anggrek berusia kurang dari 40 tahun yaitu sebesar 54%. Pada usia ini seseorang dalam usia produktif dan merasa mampu untuk merawat tanaman anggrek sehingga memutuskan untuk membeli anggrek.

Tanaman anggrek juga diidentikan dengan tanaman mahal. Hal ini dikarenakan bentuk dan keindahan anggrek yang sering dijumpai diberbagai tempat utama seperti hotel, bandara bahkan ruangan rapat pejabat pemerintahan yang menandakan bahwa tanaman anggrek seolah menandakan kelas sosial tertentu. Oleh karena itu, pendapatan seorang konsumen menentukan dalam keputusan pembelian tanaman anggrek. Tingkat pendapatan akan mempengaruhi seseorang dalam memutuskan pembelian suatu produk. Sarinastiti (2013) menyampaikan bahwa perbedaan tingkat pendapatan seseorang akan mempengaruhi dalam keputusan pembelian tanaman hias. Dimana tanaman hias bukanlah kebutuhan pokok sehingga prioritas pembeliannya akan menyesuaikan dengan pendapatan seseorang. Semakin tinggi

penghasilan seorang konsumen, semakin leluasa pula dalam memilih produk yang akan dibelinya. Berikut karakteristik responden tanaman anggrek berdasarkan tingkat pendapatan:

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Pendapatan (Rp)	Frekuensi	Persentase (%)
<3,000,000	18	36
3,100,000 - 5,000,000	19	38
>5,000,000	13	26
Jumlah	50	100

Sumber: data primer penelitian, diolah 2023.

Berdasarkan Tabel 3, sebanyak 38% konsumen anggrek memiliki pendapatan dalam rentang tiga juta seratus ribu rupiah sampai lima juta rupiah. Artinya konsumen tanaman anggrek memang mayoritas berasal dari kalangan yang memiliki pendapatan menengah keatas.

Perilaku Konsumen dalam Membeli Anggrek

Tanaman hias pada umumnya bukan suatu kebutuhan primer. Konsumen tanaman akan memilih dan memutuskan pembelian tanaman melalui beberapa tahapan. Mulai dari sebelum pengambilan keputusan hingga pasca pengambilan keputusan pembelian. Poin penting adalah tanaman yang ditawarkan sesuai keinginan dan daya beli konsumen (Sipayung, dkk., 2017)

Termasuk dalam tanaman anggrek, seorang konsumen dalam membeli tanaman anggrek tentu harus merelakan nilai tertentu untuk membeli. Semakin besar jumlah yang dikeluarkan diharapkan mendapat semakin mendekati dengan keinginan yang diharapkan. Oleh karena itu, mengetahui seberapa besar pengeluaran dalam sekali pembelian dapat diketahui seberapa besar pula keinginan untuk memperoleh tanaman anggrek yang diharapkan. Berikut distribusi konsumen anggrek dalam sekali pembelian tanaman anggrek:

Tabel 4. Pengeluaran dalam Sekali Pembelian Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Pengeluaran (Rp)	Frekuensi	Persentase (%)
<500.000	35	70
510.000 sampai 1.000.000	7	14
1.100.000 sampai 3.000.000	2	4
>3.100.000	6	12
Jumlah	50	100

Sumber: data primer penelitian, diolah 2023.

Berdasarkan Tabel 4, konsumen tanaman anggrek terbanyak membelanjakan kurang dari Rp. 500.000 dalam sekali pembelian. Konsumen tanaman anggrek biasanya mencari anggrek dengan harga yang relatif terjangkau namun memiliki keunggulan tertentu misalnya bentuk bunga, keunikan, daya tahan dan jenis tertentu. Semakin banyak yang diperoleh dalam sekali pembelian, semakin puas pula keinginan membeli.

Selain itu, konsumen anggrek memilih merawat dari usia kecil daripada membeli yang langsung berbunga. Keunikan merawat anggrek biasanya menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembelian. Konsumen jenis ini biasanya didominasi penggemar muda yang memang memandang anggrek sebagai tanaman yang harus dirawat.

Konsumen jenis kolektor, biasanya tidak memperdulikan harga dalam membeli. Mereka rela menukar nilai yang tinggi untuk memperoleh tanaman yang sesuai kriteria. Beberapa jenis anggrek tertentu berada diharga lebih dari Rp. 1.000.000 per pot/ tanaman. Jenis ini yang banyak dibeli oleh kolektor.

Sebagai tanaman hias yang memiliki beragam jenis, anggrek membuat penggemarnya bisa memilih berbagai ragam. Seorang konsumen dalam membeli tanaman anggrek akan menentukan jenis apa yang akan dibeli berdasarkan keinginannya. Berikut hasil jenis anggrek yang banyak dibeli konsumen :

Tabel 5. Jenis Anggrek yang Disukai Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Jenis anggrek yang disukai	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Dendrobium</i>	39	30,7
<i>Phalaenopsis</i>	29	22,8
<i>Cattleya</i>	26	20,5
<i>Vanda</i>	24	18,9
<i>Cymbidium</i>	9	7,1
Jumlah	127	100

Sumber: data primer penelitian, diolah 2023.

Berdasarkan Tabel 5, jenis anggrek yang banyak disukai konsumen adalah dendrobium. Jenis banyak dibudidayakan oleh berbagai kalangan. Selain itu, banyak nursery yang melakukan pembudidayaan. Sehingga dendrobium mudah ditemui.

Jenis anggrek dendrobium memiliki banyak *section* dan terkenal dengan kemudahan adaptasi sehingga cocok dibudidayakan diberbagai agroklimat, dari daerah panas sampai dingin. Oleh karena itu, jenis anggrek ini dikenal mudah hidup dan disukai konsumen. Bunga anggrek jenis dendrobium juga lebih tahan mekar. Biasanya berkisar 1-3 bulan mampu bertahan mekar. Keunggulan inilah yang membuat jenis anggrek dendrobium banyak disukai konsumen (Handoyo, 2021).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Berikut adalah hasil skor skala likert konsumen anggrek di Kota Batu untuk menentukan kategori responden. Kategori jawaban responden dapat dijelaskan:

- 1,00-1,75 : menjelaskan kondisi variabel sangat tidak sesuai
- 1,76 -2,55 : menjelaskan kondisi variabel tidak sesuai
- 2,56 – 3,35 : menjelaskan bahwa kondisi variabel sesuai
- 3,36- 4,00 : menjelaskan bahwa kondisi variabel sangat sesuai

Tabel 6. Hasil Skor Skala Likert Konsumen Anggrek di Kota Batu

No	Jawaban responden	SS	S	TS	STS	jumlah	kategori
1	Faktor psikologis						
	anggrek sebagai lambang kemewahan	9	19	20	2	50	

membeli anggrek sebagai apresiasi diri	24	24	2	0	50	
Skor	66	64,5	22	1	153,5	
Rata-rata					3,07	sesuai
2 Faktor sosial						
membutuhkan informasi tentang anggrek yang saya beli (identitas anggrek, asal anggrek, tahun registrasi di RHS)	14	30	5	1	50	
Skor	56	90	10	1	157	
Rata-rata					3,14	sesuai
3 Faktor budaya						
menyukai anggrek karena orang tua dahulu mengenalkan anggrek	7	12	25	6	50	
ada kaitannya antara anggrek dengan kepercayaan yang di anut	1	5	30	14	50	
Skor	16	25,5	55	10	106,5	
Rata-rata					2,13	tidak sesuai
4 Faktor pribadi						
Memperoleh pengalaman dan ilmu baru ketika merawat anggrek	23	27	0	0	50	
Skor	92	81	0	0	173	
Rata-rata					3,46	sangat sesuai
5 Keputusan pembelian						
Saya menganggap anggrek sebagai kebutuhan kesenangan	30	20	0	0	50	
Skor	120	60	0	0	180	sangat sesuai
Rata-rata					3,6	

Hasil olah data kuisioner mengenai variabel faktor psikologis dengan jumlah rata rata 3,07, faktor sosial dengan jumlah rata-rata 3,14 kedua variabel tersebut termasuk dalam kategori sesuai (rentang 2,56 – 3,35). Faktor budaya dengan jumlah rata-rata 2,13 termasuk dalam kategori tidak sesuai (rentang 1,76 -2,55). Faktor pribadi dengan jumlah rata rata 3,46 dan keputusan pembelian dengan jumlah rata-rata 3,6 termasuk dalam kategori (rentang 3,36- 4,00).

Uji Validitas Responden

Uji validitas data digunakan untuk mengetahui dan mengukur valid atau sah suatu kuesioner (Sugiyono, 2018). Berikut hasil uji validitas perilaku konsumen anggrek di Kota Batu:

Tabel 7. Uji Validitas Respoden Tanaman Hias Anggrek di Kota Batu

Indikator	r- hitung	r- tabel 5%	Kesimpulan
Faktor psikologi			
Indikator 1	0,67533467	0,278	Valid
Indikator 2	0,3812068	0,278	Valid
Faktor sosial			
Indikator 1	0,54128384	0,278	Valid
Faktor budaya			
Indikator 1	0,60833033	0,278	Valid
Indikator 2	0,83323614	0,278	Valid
Faktor pribadi			
Indikator 1	0,74059318	0,278	Valid
Keputusan pembelian			
Indikator 1	0,51961524	0,278	Valid

Sumber. Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa semua indikator yang digunakan pada penelitian ini dalam mengukur setiap variabel mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel 5% atau 0,278 artinya semua indikator dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas Responden

Uji reliabilitas responden menjelaskan konsistensi suatu alat ukur, apabila kuisisioner tersebut memberi indikasi yang stabil dan konsisten dari karakteristik yang diteliti dari waktu ke waktu.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Responden Konsumen Anggrek di Kota Batu.

Variabel	Alpha Cronbach offline	keterangan
Faktor psikologis	1,00337143	reliabel
Faktor sosial	1,07994286	reliabel
Faktor budaya	0,97137143	reliabel
Faktor pribadi	1,10737143	reliabel
Keputusan pembelian	1,10857143	reliabel

Sumber. Data primer yang diolah, 2023

Tabel 8 uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha cukup yaitu diatas 0,70 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing masing variabel dari kuisisioner adalah reliabel, adapun item pada masing masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Konsumen anggrek terbanyak kelamin perempuan, minat konsumen dalam membeli anggrek pada usia kurang dari 40 tahun. Pendapatan konsumen anggrek sebesar 3,100,000 - 5,000,000 rupiah dalam sekali pembelian konsumen berkisar 500,000 rupiah. Jenis anggrek dari yang paling disukai adalah jenis dendrobium. Faktor yang mempengaruhi

perilaku konsumen dalam pembelian anggrek di Kota Batu yaitu faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor pribadi..

Saran

Kepada penjual tanaman anggrek perbanyak jenis anggrek dendrobium yang dijual karena banyak di cari oleh konsumen. Kepada akademisi perlu dilakukan penelitian pada satu jenis anggrek dendrobium.

DAFTAR PUSTAKA

- Batukota.go.id. 2022. Profil Kota Batu.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Jatim Dalam Angka*. BPS Provinsi Jawa Timur: Surabaya.
- Fauzi, Muhammad Ikmal dan Yuliawati. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik PO Sayur Organik Merbabu (Studi Kasus Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Voume 4, Nomor 4 (2020): 752-762*.
- Gunawan, Surya Pranata dan Nurdiah, Esti Asih. 2018 Fasilitas Eduwisata Dan Pembudidayaan Anggrek di Kota Batu. *Jurnal Edimensi Arsitektur Vol. VI, No 1, (2018), 273-280*.
- Handoyo, Frangkie. 2021. *Anggrek Spesies Papua*. DPD PAI Papua: Jayapura.
- Kamilah, Inna Insaana. 2019. Analisis Keputusan Konsumen Tanaman Hias (Pot Plant) di Kios Bunga Barokah Kota Batu. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2020. *Outlook Anggrek. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian: Jakarta...*
- Mendrofa, Natanel Arya Nanda dan Sunaryanto, Lasmono Tri. 2020. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online di Pasar Tradisional Kota Semarang (Studi Kasus pada Konsumen Situs Tumbasin.id Site) *Agrika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, Volume 14 Nomor 1, Mei 2020*.
- Putri, Afrianingsih., Hasnah., Paloma, Cindy., Yusmarni. 2021. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Di Masa Pandemi COVID 19 Pada *Coffee shop* Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Volume 5, Nomor 4 (2021): 1308-1321*.
- Saifullah, Muhammad Sauqi., Haris Udin, Mohamad., Setiowati. 2022. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Sekulen Ssecara *online* di Eks Karesidenan Surakarta. *Jurnal Agrista Vol.10 No.4 Desember 2022: 11/23*.
- Sarinastiti, Novia Irdiyanti. 2013. Analisis Hubungan Promosi dan Sikap Konsumen Dengan Volume Penjualan Tanaman Hias Anggrek (Studi Kasus di Handoyo Budi Orchid Malang). *Skripsi*. Universitas Brawjiaya: Malang
- Setiadi, N.J.2015. *Perilaku Konsumen*. Kencana: Jakarta.
- Sipayung, Mai Hendra., Rosnita., Eliza. 2017. Perilakuy Konsumen Dalam Membeli tanaman Hias di Kota Pekanbaru. *IJAE Volume 8 Nomor 2 , Desember 2017*.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif dan R7D*. Alfabeta: Bandung
- Yatiman. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi perilaku Knsumen dalam Keputusan Pembelian Anggrek (*Orchidaceae*) di Tempat Usaha Yusra dan Windha-Wan Florist. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan