

**ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA POTONG DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI



Oleh

Retno Fatma Pradhika

H0813151

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

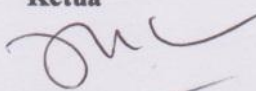


2018

**ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA POTONG DI KOTA SEMARANG**

**Yang diajukan dan disusun Oleh
Retno Fatma Pradhika
H 0813151**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Susunan Dewan Penguji

Ketua	Anggota I	Anggota II
		
<u>Dr. Ir. Heru Irianto, M.M</u> NIP. 196305141992021001	<u>R. Kunto Adi S.P, M.P</u> NIP. 197310172003121002	<u>Isti Khomah, S.P, M.Si</u> NIP. 198712302014042001

Surakarta, Januari 2018

**Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan**

Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S
NIP. 195602251986011001



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis haturkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi “Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bunga Potong di Kota Semarang” bisa berjalan dengan lancar. Skripsi ini dibuat guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, serta sebagai salah satu sarana untuk memperdalam pengetahuan yang telah didapatkan dibangku perkuliahan.

Skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis.
3. Ibu Dr. Ir. Marwanti, M.S selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis.
4. Bapak Dr. Ir. Heru Irianto, M.M selaku pembimbing utama skripsi, yang memberikan arahan, pengetahuan, pengalaman berharga, dan kesabaran dalam membimbing skripsi.
5. Bapak R. Kunto Adi, S.P., M.P selaku Pembimbing Akademik dan pembimbing pendamping skripsi, yang sabar dalam memberikan bimbingan, masukan, serta tambahan pengetahuan yang sangat berharga.
6. Ibu Isti Khomah, S.P, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah sabar memberikan arahan dan masukan.
7. Kepada Pedagang Bunga Potong Kalisari yang telah memberikan informasi dan izin untuk melakukan penelitian.
8. Kepada kedua orang tua Bapak Heriyanto, Ibu Siti Uma F dan adik saya Melenia Putri PS yang selalu memberikan doa, semangat dan rasa sabar dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Kepada saudariku Tyas, Ria, Novi, Milla, Deva, Kintan, Sisil, Sasa, Pupita, Ica, Uli, Ita, Apip, Deska, Deim, Mba Vina yang setiap hari mendoakan, menemani, menyemangati dan memberikan keberanian.
10. Kepada Reza, Rohim, Nana, Yeni, Novia, Mutia, Yulinda, Dicky yang telah mendoakan, menyemangati dan membatu jalannya penelitian di Semarang, terimakasih.
11. Teman – teman Agribisnis 2013 yang telah membantu dan memberikan kenangan bersama dimasa kuliah.
12. Seluruh pihak yang membantu jalannya penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini mash jauh dari sempurna, maka kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Aamiin.

Surakarta, 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
II. LANDASAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Tinjauan Pustaka	9
1. Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran	10
3. Keputusan Pembelian	15
4. Perilaku Konsumen	17
5. Bunga Potong	18
6. Skala <i>Linkert</i>	19
7. Analisis Faktor	20
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	24
D. Hipotesis.....	25
E. Asumsi	25
F. Pembatasan Masalah	25
G. Definisi Operasional.....	25
III. METODE PENELITIAN	30
A. Metode Dasar Penelitian	30
B. Metode Pengumpulan Data	30
C. Jenis dan Sumber Data	32
D. Teknik Pengambilan Data	32
E. Metode Analisis Data	32
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Kondisi Umum Kota Semarang	37
B. Kondisi Umum Pasar Bunga Kalisari	44
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	45
V. KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Produksi Bunga Potong di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015.....	2
Tabel 2.	Pertumbuhan Penduduk Kota Semarang tahun 2011- 2015	38
Tabel 3.	Jumlah Penduduk Kota Semarang Menurut Jenis Kelamin pada Masing – masing Kecamatan.....	39
Tabel 4.	Keadaan Penduduk Kota Semarang Menurut Kelompok Umur	41
Tabel 5.	Jumlah Penduduk Kota Semarang Menurut Tingkat Pendidikan	42
Tabel 6.	Keadaan Penduduk Kota Semarang Menurut Kelompok Umur.....	43
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Umur	45
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	47
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan/ Mata Pencaharian	48
Tabel 11.	Karakteristik Responden Menurut Keperluan Membeli Bunga	48
Tabel 12.	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/ Uang Saku	49
Tabel 13.	Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran	50
Tabel 14.	Jenis Bunga yang Sering dibeli Responden.....	51
Tabel 15.	Uji <i>Kaiser Meyer Olkin</i> Pengujian Pertama	52
Tabel 16.	<i>Anti image correlations</i> Pengujian Pertama	53
Tabel 17.	Uji <i>Kaiser Meyer Olkin</i> Pengujian Kedua	54
Tabel 18.	<i>Anti image correlations</i> Pengujian Kedua.....	55
Tabel 19.	Nilai <i>Communalities</i> pada pengujian Kedua	56
Tabel 20.	Uji <i>Kaiser Meyer Olkin</i> Pengujian Ketiga.....	57
Tabel 21.	<i>Anti image correlations</i> Pengujian Ketiga	58
Tabel 22.	Nilai <i>Communalities</i> pada Pengujian Ketiga.....	59
Tabel 23.	Tabel <i>Total Variance Explained</i> Pengujian Ketiga	60
Tabel 24.	Nilai <i>Rotated Component Matrix</i> Pengujian Ketiga	61
Tabel 25.	Uji <i>Kaiser Meyer Olkin</i> Pengujian Ke-empat.....	62
Tabel 26.	<i>Anti image correlations</i> Pengujian Ke-empat	63
Tabel 27.	Nilai <i>Communalities</i> pada Pengujian Ke-empat.....	64
Tabel 28.	Tabel <i>Total Variance Explained</i> Pengujian Ke-empat	65
Tabel 29.	Nilai <i>Rotated Component Matrix</i> Pengujian Ke-empat	66
Tabel 30.	Hasil Analisis Faktor	68

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.	Model Tingkah Laku Pembeli	16
Gambar 3.	Kerangka Pemikiran	24

RINGKASAN

Retno Fatma Pradhika. H0813151. 2017. **Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bunga Potong di Kota Semarang**. Dibimbing oleh Dr. Ir. Heru Irianto, M.M dan R. Kunto Adi, S.P. M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Kota Semarang memfokuskan pengembangan pada perdagangan dan jasa. Di kawasan Simpang Lima terdapat Kios Pedagang Bunga Kalisari yang selesai di revitalisasi pada Desember 2016. Di Pasar Bunga Kalisari ini terdapat setidaknya 49 kios pedagang bunga yang menjual bunga potong di sepanjang Jalan Dr Sutomo kawasan Simpang Lima. Industri bunga potong atau yang dikenal dengan istilah florikultura menjadi salah satu industri yang dikembangkan di Indonesia dalam upaya peningkatan kesejahteraan petani, memperluas lapangan pekerjaan, pariwisata dan menciptakan lingkungan yang sehat dan nyaman. Pada perkembangannya, persaingan di industri bunga potong semakin ketat, pedagang diharuskan mengetahui pola perilaku konsumen untuk dapat menarik minat konsumen, salah satunya yaitu dengan menganalisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui jenis bunga yang paling sering dibeli, faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong dan variabel yang paling dominan di tiap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong.

Metode yang dipergunakan penelitian ini adalah deskriptif analitis. Metode penentuan lokasi dilakukan dengan metode *purposive*. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu Pasar Bunga Potong Kalisari di Jalan Dr Sutomo Kota Semarang. Metode penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel ditetapkan adalah sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa dari 16 variabel yang dianalisis dapat disederhanakan menjadi 12 variabel dan tercakup dalam 5 faktor inti. Faktor tersebut berdasarkan prioritasnya adalah faktor produk, faktor promosi, faktor tempat, faktor harga dan faktor kemudahan produk. Sedangkan variabel yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian bunga potong di Pasar Bunga Kalisari dari kelima faktor inti yang terbentuk yaitu variabel jenis bunga, variabel potongan harga, kenyamanan, keterjangkauan harga dan variabel kemudahan akses. Hal ini menunjukkan bahwa faktor bauran pemasaran faktor produk, harga, tempat dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang, dan variabel yang paling dominan adalah pada tiap faktor adalah variabel jenis bunga (faktor produk), variabel potongan harga (faktor promosi), variabel kenyamanan (faktor tempat), variabel keterjangkauan harga (faktor harga) dan variabel kemudahan akses (faktor kemudahan produk).

SUMMARY

Retno Fatma Pradhika. H0813151. 2017. **Analysis of Marketing Mix Factor that Affects Decision to Purchase Cut Flowers in Semarang City.** Guided by Dr. Ir. Heru Irianto, M.M and R. Kunto Adi, S.P. M.P. Faculty of Agriculture Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Semarang is the capital of Central Java province, as well as the fifth largest metropolitan city in Indonesia after Jakarta, Surabaya, Bandung, and Medan. Semarang City focuses its development on trade and services. In the Simpang Lima area there is a Kalisari Flower Shop Kiosk which is completed in revitalization in December 2016. In this Kalisari Flower Market there are at least 49 stall of florists selling cut flowers along Dr Sutomo Street in Simpang Lima area. Flower industry known as floriculture is one of the industries developed in Indonesia in an effort to improve the welfare of farmers, expanding employment, tourism and creating a healthy and comfortable environment. In its development, competition in cut flower industry is getting tighter, traders are required to know the pattern of consumer behavior to be able to attract consumer interest, one of them is by analyzing the marketing mix factor that influence the decision of buying cut flowers in Semarang City. The purpose of this study is to determine the type of interest that is most often purchased, marketing mix factors that influence the decision of the purchase of cut flowers and the most dominant variable in each factor that influences the decision of the purchase of cut flowers.

The method in this research is analytical descriptive. The method of determining the location is done by purposive method. Location that used as research place that is Cut Flower Market Kalisari Street Dr. Sutomo Semarang City. The method of determining the sample is done by purposive sampling method. The number of samples determined is 100 respondents. Sources of data used are primary data and secondary data. Data analysis used in this research is by factor analysis.

The results show that from 16 variables analyzed can be simplified into 12 variables and covered in 5 core factors. These factors based on their priorities are product factors, promotion factors, place factors, price factors and product convenience factors. While the most dominant variables considered by consumers in the decision to purchase the cut flowers in the Kalisari Flower Market of the five core factors that are formed are variables of interest, discounted price variables, convenience, affordability and variable ease of access. This indicates that the factor of marketing mix of product factor, price, place and promotion influence buying decision of cut flower in Semarang City, and the most dominant variable is on each factor is variable of interest type (product factor), variable price discount (promotion factor) convenience variables (place factor), price affordability variable (price factor) and ease of access variable (product ease factor).

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor yang penting pada negara berkembang. Sektor pertanian berperan menyediakan pangan dan non pangan bagi negara, dalam bentuk bahan mentah. Bahan mentah yang dihasilkan oleh sektor pertanian inilah yang dijadikan sebagai bahan baku yang akan diolah oleh industri dan menjadi salah satu sumber penerimaan negara. Semua sub sektor pertanian masing – masing memiliki peranan penting bagi pembangunan perekonomian negara. Pembagian sektor pertanian ialah tanaman pangan, peternakan, perikanan, perkebunan dan kehutanan.

Salah satu sub sektor pertanian yang berkembang yaitu pada sub sektor hortikultura. Komoditas hortikultura terdiri atas tanaman buah–buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman obat. Berkembangnya industri perhotelan dan pariwisata di Indonesia menjadi pembuka peluang bisnis bagi sub sektor hortikultura, khususnya bunga potong. Bisnis bunga potong di Indonesia memiliki dampak positif, seperti meningkatkan pendapatan petani bunga, meningkatkan lapangan pekerjaan dan kenyamanan lingkungan. Kebanyakan orang menyukai bunga potong karena bentuknya yang menarik, warna yang beragam, dan karena nilai estetika ini yang membuat bunga potong digemari banyak orang.

Bunga potong telah memiliki peran dalam industri tanaman hias yang dimanfaatkan sebagai bahan rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam daur hidup manusia. Jenis bunga potong yang banyak diminati di Indonesia yaitu bunga mawar, anggrek, krisan, anthurium, gerbera, anyelir, dan bunga sedap malam. Mawar memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi untuk dijadikan komoditas perdagangan dan komersil (Ridhawardani, Pardian dan Mukti, 2107)

Pada perkembangannya bunga potong juga menjadi tanaman industri yang dijual melalui *florist* atau toko bunga diantaranya ialah bunga mawar, krisan gerbera, anggrek, bunga matahari, dan sedap malam, untuk disalurkan ke perhotelan, perkantoran, maupun konsumen langsung. Bunga potong

merupakan salah satu produk hortikultura yang mempunyai prospek agribisnis yang cukup cerah di Indonesia. Industri bunga potong atau yang dikenal dengan istilah florikultura menjadi salah satu industri yang dikembangkan di Indonesia dalam upaya peningkatan kesejahteraan petani, memperluas lapangan pekerjaan, pariwisata dan menciptakan lingkungan yang sehat dan nyaman (Susanti, 2004).

Di Indonesia terdapat beberapa wilayah yang memproduksi bunga potong, salah satunya yaitu Jawa Tengah. Daerah di Jawa Tengah yang memproduksi bunga potong antara lain terdapat di Kabupaten Semarang, Kabupaten Tegal, Kabupaten Pemalang dan Kabupaten Magelang. Berikut merupakan perkembangan produksi bunga potong di Provinsi Jawa Tengah pada Tahun 2011 – 2015 :

Tabel 1. Produksi Bunga Potong di Jawa Tengah pada Tahun 2011 – 2015.

No	Komoditi	Produksi (tangcai)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Anggrek	411.276	1.242.982	1.229.972	1.950.394	2.493.206
2	Gladiol	344.473	201.018	9.000	57.500	28.000
3	Krisan	103.953.499	106.356.842	111.960.992	112.475.050	101.070.169
4	Mawar	37.917.824	25.931.548	36.282.352	36.758.430	33.022.198
5	Sedap Malam	10.626.537	35.326.431	35.649.043	33.687.622	44.153.824
6	Gerbera	343.977	197.954	198.546	167.158	298.081
7	Anthurium Bunga	72.281	252.707	245.858	163.858	131.445
8	Anyelir	250.261	139.927	160.519	103.245	43.966
9	Heliconia	27.022	117.536	208.416	155.892	49.293
Total		153.947.150	169.766.945	185.944.698	185.519.149	181.290.182

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura 2016

Berdasarkan Tabel 1. Perkembangan produksi bunga potong di Jawa Tengah, menyatakan bahwa produksi tertinggi adalah bunga krisan, kemudian bunga yang selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya yaitu bunga sedap malam. Dilihat dari total produksi, produksi bunga potong dari tahun 2011 hingga 2013 selalu mengalami peningkatan, tetapi terjadi penurunan pada tahun 2014 dan 2015. Adanya penurunan produksi ini salah satunya disebabkan oleh konsumen. Kondisi ini mengakibatkan para produsen harus mengerti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam

membeli bunga potong agar dapat membuat strategi guna meningkatkan minat beli konsumen.

Pada perkembangannya, para pedagang diharuskan untuk mengetahui pola perilaku konsumen agar pemasar dapat menarik perhatian konsumen untuk mengonsumsi produknya. Konsumen berperan sebagai pemberi respon terhadap suatu produk dan produsen. Berdasarkan hal tersebut, pemasar atau produsen perlu mengetahui jelas fokus keterlibatan konsumen, apakah itu produk, kejadian, situasi, lingkungan atau seluruhnya. Menurut Herdiani (2014) konsumen bunga potong pada umumnya restoran, kantor dan hotel yang memerlukan bunga segar dalam dekorasinya, selain itu juga konsumen individu langsung yang menggunakan sendiri bunga potong tersebut.

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Sebagai salah satu kota berkembang di Pulau Jawa, Kota Semarang mempunyai jumlah penduduk yang hampir mencapai 2 juta jiwa. Perkembangan Kota Semarang cukup pesat dengan adanya pembangunan beberapa gedung di beberapa sudut kota. Seiring dengan perkembangannya, Kota Semarang memfokuskan pada pengembangan perdagangan dan jasa. Pengembangan lokasi kawasan perdagangan dan jasa di Kota Semarang terletak menyebar dan pada umumnya berada di sepanjang jalan – jalan utama. Kawasan perdagangan modern, terutama terdapat di kawasan Simpang Lima yang merupakan urat nadi perekonomian Kota Semarang. Di kawasan tersebut terdapat setidaknya tiga pusat perbelanjaan, yaitu Matahari, Living Plaza dan Mall Ciputra, serta PKL yang berada di sepanjang trotoar (BPS Semarang, 2009).

Di kawasan Simpang Lima terdapat Kios Pedagang Bunga Kalisari yang selesai di revitalisasi pada Desember 2016. Di Pasar Bunga Kalisari ini terdapat setidaknya 49 kios pedagang bunga yang menjual bunga potong di sepanjang Jalan Dr Sutomo kawasan Simpang Lima. Selain memiliki pusat perdagangan bunga, Kota Semarang juga berdekatan dengan salah satu wilayah produsen bunga di Jawa Tengah, lebih tepatnya di daerah Kecamatan

Bandungan, Kabupaten Semarang. Kawasan Bandungan merupakan kawasan yang terkenal sebagai produsen bunga hias khususnya bunga krisan. Hasil produksi dari Bandungan dikirim ke Kota Semarang, Surakarta dan Yogyakarta. Pada tahun 2009 produksi bunga krisan mencapai 20,3 juta tangkai, dengan rata – rata jual harga Rp. 10.000 per ikat yang berisi 10 tangkai, nilai produksi mencapai Rp. 20 miliar per tahun (Lee, 2011).

B. Rumusan Masalah

Salah satu usaha pertanian yang berperan dalam pembangunan pertanian ialah usaha tani bunga potong. Bunga potong ini biasanya dipasarkan kepada penjual bunga potong yang ada di kota – kota besar. Peminat dari bunga potong juga berasal dari berbagai kalangan mulai dari muda hingga tua. Kebutuhan bunga potong di Indonesia, terutama di kota – kota besar meningkat. Peningkatan kebutuhan bunga potong berbanding lurus dengan pertumbuhan hotel – hotel dan kantor yang merupakan konsumen utama bunga potong. Selain dikonsumsi oleh hotel dan kantor, bunga potong juga dikonsumsi oleh individu langsung. Adanya perkembangan gaya hidup dan pola konsumsi individu masyarakat kota serta jenis bunga yang beragam. Sekarang sudah banyak perorangan atau individu yang berpikiran bahwa bunga merupakan salah satu cara untuk menyampaikan perasaan kepada orang lain seperti misalnya mengucapkan selamat atas perasaan suka maupun duka, diangkatnya seseorang ke jabatan yang lebih tinggi atau untuk memperindah ruangan. Kota Semarang merupakan salah satu kota yang memiliki masyarakat dengan gaya hidup tersebut.

Berdasarkan uraian masalah diatas permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Jenis bunga potong apa yang paling banyak dibeli oleh konsumen ?
2. Faktor-faktor bauran pemasaran apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang ?
3. Variabel bauran pemasaran apa yang paling dominan pada tiap faktor dalam keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui jenis bunga potong yang paling banyak dibeli oleh konsumen.
2. Mengetahui faktor bauran pemasaran apa yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang.
3. Mengetahui variabel bauran pemasaran apa yang paling dominan pada tiap faktor dalam keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian pasti memiliki kegunaan-kegunaan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang.

2. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan yang berkaitan dengan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian bunga potong sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran sebagai usaha untuk meningkatkan omset penjualan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan rujukan/referensi bagi kalangan akademisi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya mengenai topik permasalahan yang sama.