

RINGKASAN

Tanaman hias Aglaonema menjadi salah satu komoditas yang semakin populer di Indonesia, terutama di Kabupaten Banyumas, dengan produksi yang mengalami fluktuasi signifikan dalam lima tahun terakhir. Peningkatan permintaan terjadi selama pandemi COVID-19 karena tren penghijauan rumah, namun kemudian menurun seiring normalisasi aktivitas. Kecamatan Baturaden, sebagai salah satu sentra tanaman hias di Banyumas, menghadapi penurunan penjualan akibat berkurangnya daya beli masyarakat dan perubahan tren. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Aglaonema.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang pernah membeli Aglaonema di Baturaden. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive dengan kriteria usia minimal 20 tahun dan pernah merawat tanaman tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1-4 dan dianalisis dengan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling Partial Least Square*) untuk menguji hubungan antar variabel. Model penelitian melibatkan variabel independen (budaya, pribadi, psikologi, dan sosial) serta variabel dependen (keputusan pembelian). Validitas dan reliabilitas instrumen diuji melalui *outer loading*, AVE, dan *composite reliability*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologi dan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara faktor budaya dan pribadi tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Konsumen cenderung membeli Aglaonema karena keindahan tanaman (faktor psikologi) dan pengaruh lingkungan sosial. Karakteristik konsumen didominasi oleh perempuan dengan usia 26-35 tahun dengan pendapatan (Rp2-5 juta/bulan), yang membeli Aglaonema sebagai hobi (72%). Selain itu, tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah tamatan perguruan tinggi (48%), dan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta (34%).

SUMMARY

Ornamental Aglaonema plants have become an increasingly popular commodity in Indonesia, particularly in Banyumas Regency, with production experiencing significant fluctuations over the past five years. Demand surged during the COVID-19 pandemic due to the home greening trend but later declined as activities normalized. Baturaden District, one of the ornamental plant centers in Banyumas, faced declining sales due to reduced purchasing power and shifting trends. This study aims to know characteristic of consumer and analyze the factors influencing Aglaonema purchasing decisions.

This research used a quantitative approach using a survey method with 100 respondents who have purchased Aglaonema in Baturaden. Purposive sampling was applied, with criteria including a minimum age of 20 years and prior experience in caring for the plant. Data was collected through questionnaires using a 1-4 Likert scale and analyzed with SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Squares) to examine variable relationships. The research model includes independent variables (cultural, personal, psychological, and social factors) and a dependent variable (purchasing decision). Instrument validity and reliability were tested through outer loading, AVE (Average Variance Extracted), and composite reliability.

The results indicate that psychological and social factors significantly influence purchasing decisions, while cultural and personal factors do not have a significant impact. Consumers tend to purchase Aglaonema due to the plant's aesthetic appeal (psychological factor) and social environmental influences. The consumer demographic is predominantly women aged within 26–35 with an income of IDR 2–5 million per month, purchasing Aglaonema as a hobby (72%). Additionally, most respondents hold a university degree (48%), and the majority work as private employees (34%).