

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUNGA KRISAN POTONG
(*Chrysanthemum morifolium*) DI JAWA TIMUR**

*Analysis of Consumer Preference of Cut Chrysanthemum Flower
(Chrysanthemum morifolium) in East Java*

Tina Arum Afiati^{1*}, Koesriwulandari², Erna Haryanti Koestedjo³

^{1*,2,3} Department Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
East Java, Indonesia

*Correspondence author: Tina Arum Afiati

Email: tinaarumafafi.003@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the attributes of cut chrysanthemums that have a relationship with the consumption of cut chrysanthemums in East Java, analyze the attributes of cut chrysanthemums that are preferred and most considered in East Java and analyze consumer attitudes towards the attributes of cut chrysanthemums in East Java. The research location was determined deliberately, namely in East Java which is a consumptive area for cut flowers. Respondents were determined by the Solvin Formula, namely 100 respondents. The analytical method used is the chi-square analysis method and fishbein multi-attribute analysis. The results showed that: Attributes that were significantly related to the consumption of cut chrysanthemum flowers were type attributes, consumer preferences in East Java were spray cut chrysanthemum flowers, white in color, and in the shape of a pompom. The attribute of cut chrysanthemums that is most considered in purchasing decisions is the color attribute. The most considered to the less considered attributes are color, shape, and type. Consumer attitudes towards the attributes of shape, type, and color of cut chrysanthemum flowers are positive.

Keywords: *Chrysanthemum Flower, Chi-Square Analysis, Consumer Preference, Fishbein Multiattribute Analysis*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut bunga krisan potong yang mempunyai hubungan dengan konsumsi bunga krisan potong di Jawa Timur, menganalisis atribut – atribut bunga krisan potong yang menjadi preferensi dan paling dipertimbangkan di Jawa Timur dan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut bunga krisan potong di Jawa Timur. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja yaitu di Jawa Timur yang merupakan daerah konsumtif akan bunga potong. Responden ditentukan dengan Rumus Solvin, yaitu 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis chi – square dan analisis multiatribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Atribut yang berhubungan signifikan terhadap konsumsi bunga krisan potong yaitu atribut jenis, preferensi konsumen di Jawa Timur adalah bunga krisan potong berjenis spray, berwarna putih, dan berbentuk pompom. Atribut bunga krisan potong yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian yaitu atribut warna. Atribut yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna, bentuk, dan jenis. Sikap konsumen terhadap atribut bentuk, jenis, dan warna bunga krisan potong bernilai positif..

Kata Kunci : Analisis Chi – Square, Analisis Multiatribut Fishbein, Bunga Krisan, Preferensi Konsumen.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki tanah yang subur, sehingga berpotensi untuk mengembangkan komoditi bunga krisan, namun menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 di Indonesia produksi bunga krisan meningkat, kemudian produksi menurun

sejak tahun 2019 hingga 2020. Pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 produksi krisan di Jawa Timur terus meningkat, kemudian produksi menurun sejak tahun 2020.

Agar permintaan bunga krisan (*Chrysanthemum morifolium*) terus meningkat maka perlu diketahui karakteristik konsumennya, dapat dilihat dari usia konsumen, jenis kelamin konsumen, tingkat pendidikan konsumen, pekerjaan konsumen, dan tingkat pemasukan konsumen.

Atribut yang terdapat bunga krisan antara lain adalah jenis, warna, bentuk, ukuran, ketahanan, ketegaran tangkai, dan harga, sehingga konsumen bisa membeli sesuai dengan preferensi. Dengan mengetahui atribut yang bagaimana dan apa saja yang menjadi preferensi konsumen bunga krisan menjadi hal penting untuk pasar, oleh sebab itu pasar perlu menyediakan komoditas bunga krisan sesuai atas preferensi konsumen yang pastinya bisa berubah kapan saja.

Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam penelitian perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Atribut bunga krisan potong apakah yang mempunyai hubungan dengan konsumsi bunga krisan potong di Jawa Timur. 2) Atribut bunga krisan potong yang bagaimanakah yang menjadi preferensi dan paling dipertimbangkan konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur. 3) Bagaimanakah sikap konsumen terhadap atribut bunga krisan potong di Jawa Timur. Tujuan yang ingin dicapai atas rumusan masalah adalah 1) Menganalisis atribut bunga krisan potong yang mempunyai hubungan dengan konsumsi bunga krisan potong di Jawa Timur. 2) Menganalisis atribut – atribut bunga krisan potong yang menjadi preferensi dan paling dipertimbangkan di Jawa Timur. 3) Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut bunga krisan potong di Jawa Timur.

Dalam penelitian, Bunga Krisan (*Chrysanthemum morifolium*) bukanlah tanaman asli dari Indonesia. Jepang, China, dan Korea merupakan Negara – Negara Asia Timur. Tempat Bunga Krisan berasal yang kemudian menyebar keseluruh dunia termasuk Indonesia. Namun, menurut catatan sejarah pembudidayaannya pertama kali dilakukan di China sejak 3000 tahun sebelum Masehi. Di Indonesia Bunga Krisan potong banyak terdapat di Pulau Jawa.

Sesuai bentuk dan kuntumnya, krisan diberi nama : Single/tunggal, anemone, spider, pompom, dekoratif. Menurut Kofranek (1980) bunga krisan dapat disusun menurut jumlah bunga yang terdapat dalam satu batang yaitu, jenis standar dan jenis spray (Budiasa & Rantau, 2016).

Pemasaran adalah serangkaian tindakan bisnis yang ditujukan untuk mengatur, menetapkan biaya, memajukan, dan menyebarluaskan produk yang memenuhi kebutuhan baik bagi pembeli saat ini ataupun calon pembeli (Priansa, 2017).

Perilaku konsumen mencakup seluruh kegiatan, tindakan, dan reaksi psikologis yang mendukung perilaku itu sebelum, selama, dan setelah pembelian, penggunaan, dan konsumsi produk dan jasa, serta mengevaluasi kegiatan ini (Sumarwan, 2011).

Preferensi konsumen adalah keputusan apakah seseorang lebih menyukai suatu barang (barang dagangan atau jasa) yang dikonsumsi atau tidak. Preferensi memutuskan kecenderungan pembeli dari pemilihan barang-barang yang ada. Alasan untuk memahami preferensi pembeli adalah untuk melanjutkan dengan sistem pemasaran yang layak sehingga jasa dan produk yang dipromosikan akan selalu populer bagi pelanggan (Aiman, Handaka, & Lili, 2017).

Orang bertindak laku berdasarkan preferensi pribadi mereka, oleh karena itu banyak kegiatan konsumen dapat diprediksi sebelumnya. Preferensi pembeli untuk suatu barang mampu ditentukan dengan membedakan atribut atau elemen yang terkait dengan barang tersebut, yang nantinya dapat mempengaruhi pilihan individu untuk mendapatkannya (Foster, 2002).

Kemajuan suatu barang atau jasa yang mencakup penentuan manfaat yang akan ditawarkan dikenal sebagai atribut barang. Pelanggan dapat memanfaatkan keberadaan ciri-ciri ini dengan suatu barang untuk mengevaluasi dan mengukur kesesuaian barang yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Sussanto & Handayani, 2013).

Sikap pembeli mengacu pada kondisi mental dan status kecemasan yang diatur oleh pengalaman yang mempengaruhi reaksi pelanggan terhadap semua hal dan keadaan yang berhubungan dengannya. Mentalitas pelanggan masih merupakan tanggapan atau reaksi tertutup terhadap berbagai peningkatan yang disajikan oleh organisasi dan pemasar (Priansa, 2017).

METODE PENELITIAN

Area penelitian ditentukan secara sengaja atau purposive. Daerah tersebut sengaja di Jawa Timur. Penentuan lokasi dengan pertimbangan sebagai kawasan konsumtif bunga potong. Dalam menentukan ukuran sampel, harus diketahui jumlah populasi data (N) wilayah penelitian, dan menetapkan taraf signifikansi (α) yang diinginkan. Populasi data dalam riset ini adalah konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur. Berdasarkan rumus Slovin menghasilkan jumlah sampel minimal pada taraf signifikansi 10 % adalah sebesar 100 konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur.

Data yang digunakan dalam analisa ini berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Kedua jenis data tersebut berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuisioner berupa google form yang diisi oleh responden. Sedangkan data sekunder, diperoleh melalui studi literatur serta penelusuran literatur, dan studi sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, digunakan sebagai dukungan untuk menulis.

Riset ini memakai dua cara analisis: chi square, yang menggunakan metode kecocokan integritas untuk menguji kontras kritis antara sejumlah besar objek (yang diperhatikan) atau (diharapkan) sehubungan dengan spekulasi yang tidak valid, dan analisis multiatribut fishbein, yang mungkin adalah salah satu model yang paling menonjol guna memutuskan sikap terhadap objek. Secara spesifik , cara analisis yang dipakai ialah sebagai berikut:

Analisis Chi Square

Supaya mampu mengetahui hubungan bunga krisan dengan atribut bunga krisan, observasi chi-kuadrat dipakai dalam proses menjawab tujuan penelitian, yaitu guna menyelidiki preferensi konsumen untuk bunga krisan potong. Preferensi konsumen didalamnya termasuk atribut – atribut yang akan diuji untuk preferensinya, termasuk bentuk bunga, jenis bunga, dan warna bunga. Kegiatan ini dilakukan agar meengetahui apakah ada perbedaan frekuensi antara kategori satu dan lainnya dalam sebuah sampel tentang sesuatu hal (Sugiyono, 2012).

Chi – square dirumuskan sebagai berikut:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fo - fe^2)}{fe} \right]$$

Keterangan:

- x^2 = chi square
- fo = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian
- fe = frekuensi yang diharapkan pada penelitian
- $i...k$ = kategori atribut dalam variable bunga krisan.

Dimana:

$$fe = \frac{Ri \times Ci}{\sum Ri}$$

Keterangan:

- Ri = jumlah baris ke-i
- Ci = jumlah baris ke-i
- $\sum Ri$ = jumlah pengamatan

Rumusan hipotesis yang digunakan:

H_0 = Tidak ada hubungan antara konsumsi bunga krisan potong dengan masing-masing atribut dalam bunga krisan potong.

H_a = Ada hubungan antara konsumsi bunga krisan potong dengan atribut masing-masing krisan potong.

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian:

- Jika χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel, maka H_0 ditolak berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap bunga krisan potong.
- Jika χ^2 hitung \leq χ^2 tabel, maka H_0 diterima berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap bunga krisan potong.

Analisis Multiatribut Fishbein

Multiatribut Fishbein digunakan sebagai pembedah informasi dalam penelitian ini. Model Multiatribut Fishbein dipilih karena mampu memberikan data tentang hubungan antara informasi item pembeli dan sikap terhadap produk pada kualitas produk atau atribut untuk menciptakan sikap secara keseluruhan terhadap produk.

Data ditabulasikan dan perhitungan analisis fishbein dilakukan menggunakan alat perangkat lunak Microsoft Office Excel 2019. Skala pengukuran kepercayaan atribut didasarkan pada skala Likert 5 poin dengan sangat baik (5), baik (4), netral (3), tidak baik (2), dan sangat tidak baik (1). Bagi tingkat evaluasi, derajat penilaian atribut diperkirakan dengan skala Likert mencakup lima angka mulai dari (5), sangat penting (4), tidak penting (3), netral (2), dan tidak penting (1), sangat tidak penting. Definisi model Fishbein dapat digambarkan secara simbolis dalam rumus di bawah:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o = sikap konsumen terhadap atribut bunga krisan potong \

b_i = tingkat kepercayaan konsumen bahwa bunga krisan yang dibeli memiliki atribut tertentu (atribut ke...i)

e_i = evaluasi kepentingan terhadap atribut bunga krisan potong

n = jumlah atribut yang dimiliki bunga krisan

Komponen (b_i) menggambarkan seberapa kuat kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki bunga krisan potong. Sementara itu komponen (e_i) menggambarkan evaluasi pentingnya atribut dari bunga krisan potong. Langkah – langkahnya sebagai berikut:

Pertama, untuk mencari nilai kepercayaan terhadap atribut bunga krisan potong (b_i) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

Keterangan:

b_i = Nilai kepercayaan terhadap bunga krisan

a = Jumlah responden yang memilih sangat baik

b = Jumlah responden yang memilih baik

c = Jumlah responden yang memilih netral

d = Jumlah responden yang memilih tidak baik

e = Jumlah responden yang memilih sangat tidak baik

Selanjutnya nilai evaluasi konsumen terhadap atribut potong krisan (e_i) ditetapkan dengan menetapkan standar atau penilaian dengan skala likert seperti dijelaskan di atas, lalu dikalikan setiap skor dengan frekuensi jawaban responden guna menentukan nilai evaluasi konsumen pada atribut krisan (e_i).

Kemudian, dengan menggunakan skala interval, semua hasil perkalian ditambahkan bersama untuk menentukan sikap konsumen (Ao) terhadap produk. Berikut ini adalah rumusnya.

$$skala\ interval = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m = skor tertinggi yang mungkin terjadi

n = skor terendah yang mungkin terjadi

b = Jumlah skala yang mungkin terbentuk

lalu besarnya range untuk tingkat kepercayaan dan evaluasi adalah:

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Nilai untuk derajat kepentingan (ei) dan tingkat kepercayaan (bi) responden untuk atribut bunga krisan potong digolongkan pada rentang skala seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Kategori tingkat kepercayaan dan kepentingan

Tingkat Kepercayaan	Nilai	Tingkat Kepentingan	Nilai
Sangat Tidak Baik	$1,0 \leq bi \leq 1,8$	Sangat Tidak Penting	$1,0 \leq ei \leq 1,8$
Tidak Baik	$1,9 \leq bi \leq 2,6$	Tidak Penting	$1,9 \leq ei \leq 2,6$
Netral/Ragu	$2,7 \leq bi \leq 3,6$	Netral/Ragu	$2,7 \leq ei \leq 3,6$
Baik	$3,5 \leq bi \leq 4,2$	Penting	$3,5 \leq ei \leq 4,2$
Sangat Baik	$4,3 \leq bi \leq 5,0$	Sangat Penting	$4,3 \leq ei \leq 5,0$

Hasil observasi terhadap sikap responden pada atribut bunga krisan potong (ei,bi) akan diurutkan ke dalam lima golongan: sangat positif, positif, netral, negatif, dan sangat negatif. Berikut ini adalah range untuk kategori sikap.

$$\frac{(5 \times 5) - (1 \times 1)}{5} = 4,8$$

Penilaian sikap responden terhadap bunga krisan potong (bi,ei) responden secara keseluruhan digolongkan pada rentang skala interval disuguhkan pada tabel.

Tabel 2. Kategori Nilai Sikap Pada Atribut

Tingkat Sikap Responden	Nilai
Sangat Negatif	$1,0 \leq Ao \leq 4,8$
Negatif	$5,9 \leq Ao \leq 10,6$
Netral	$10,7 \leq Ao \leq 15,4$
Positif	$15,5 \leq Ao \leq 20,2$
Sangat Positif	$20,3 \leq Ao \leq 25,0$

Mengurutkan indeks sikap konsumen dari tertinggi samapai ke terendah akan mengungkapkan atribut mana yang paling penting bagi konsumen. Atribut krisan potong dengan indeks sikap koonsumen (A0) yang paling tinggi menunjukkan bahwa atribut itulah yang menjadi atribut terpenting bagi konsumen dalam keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dalam penelitian ini dibagi menjadi lima, yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Berikut ini karakteristik konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur.

Usia

Diketahui sebagian besar konsumen bunga krisan potong ada di kelompok umur 20-29 tahun sebesar 63%. Hal ini karena pada usia ini mereka memasuki masa puncak penggunaan dan pendapatan, dan mereka umumnya akan memikirkan kelebihan yang ada pada barang atau barang yang akan dibeli.

Jenis Kelamin

Karakteristik konsumen menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan mendominasi sebesar 75% atau sebanyak 75 orang, sedangkan laki-laki sebesar 25% atau sebanyak 25 orang. Ini menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung pergi berbelanja atau melakukan pembelian dibanding laki – laki.

Tingkat Pendidikan

Karakteristik konsumen menurut tingkat pendidikan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memiliki jenjang pendidikan S1 sebesar 49% atau 49 orang, disusul SMA sebesar 35% atau 35 orang, SMP sebesar 11% atau 11 orang, S-2 sebesar 4% atau 4 orang, dan S-3 sebesar 1% atau 1 orang. Hal ini memperlihatkan bahwa pendidikan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan ketika melakukan pembelian bunga krisan potong, dan pendidikan konsumen di Jawa Timur cukup tinggi karena berpendidikan hingga tingkat sarjana, berdasarkan hasil studi rata-rata konsumen.

Pekerjaan

Terlihat bahwa ada 3 pekerjaan paling tinggi yaitu wiraswasta sebesar 31%, pegawai swasta sebesar 26%, dan pelajar/mahasiswa 25%. Ketiga jenis pekerjaan ini berdampak pada gaya hidup dan konsumsinya karena mereka sudah mengetahui fungsi dan manfaat produk yang akan dikonsumsi.

Tingkat Pendapatan

Menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendapatan konsumen antara Rp. 1.000.000 hingga kurang dari Rp. 3.000.000 per bulan. Menurut data ini, beberapa konsumen adalah kelas menengah dan berdampak pada pemilihan produk yang sesuai dengan pendapatannya.

Analisis Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Bunga Krisan Potong

Bentuk bunga, jenis bunga, dan warna Bunga adalah beberapa atribut yang melekat pada bunga krisan potong yang menjadi dasar dari pertimbangan oleh konsumen saat melakukan pembelian.

Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Bentuk Bunga

Atribut bentuk bunga krisan yang menjadi pertimbangan untuk dikonsumsi adalah atribut bentuk, dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kategori: single/tunggal, anemone, spider, pompom, dan dekoratif. Berikut ini adalah hasil analisis tabel kontingensi chi-square antara faktor konsumsi dan bentuk bunga krisan potong.

Tabel 3. Kontingensi Konsumen Bunga Krisan Potong Berdasarkan Bentuk Konsumsi* Bentuk Crosstabulation

		Konsumsi		Total	
		Rendah	Tinggi		
Bentuk bunga	Single/tunggal	Count	11	5	16
		Expected Count	8.2	7.8	16.0
	Anemone	Count	11	7	18
		Expected Count	9.2	8.8	18.0
	Spider	Count	5	4	9
		Expected Count	4.6	4.4	9.0
	Pompom	Count	13	23	36
		Expected Count	18.4	17.6	36.0
	Dekoratif	Count	11	10	21
		Expected Count	10.7	10.3	21.0
Total		Count	51	49	100
		Expected Count	51.0	49.0	100.0

Keterangan:

Kategori bentuk single/tunggal dengan konsumsi rendah totalnya 11 orang dan konsumsi tinggi ada 5 orang. Kategori bentuk anemone dengan konsumsi rendah totalnya 11 orang dan

konsumsi tinggi ada 7 orang. Kategori bentuk spider dengan konsumsi rendah sebanyak 5 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 4 orang. Kategori bentuk pompom dengan konsumsi rendah sebanyak 13 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 23 orang. Kategori bentuk dekoratif dengan konsumsi rendah sebanyak 11 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 10 orang.

Tabel 4. Hasil Analisis Chi – Square Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	6.038 ^a	4	.196
Likelihood Ratio	6.136	4	.189
Linear-by-Linear Association	3.077	1	.079
N of Valid Cases	100		

Keterangan:

Menurut analisis chi-square, hubungan antara konsumsi dan atribut bentuk bunga didapat $X^2 = 6,038$ dengan tingkat signifikan $0,196 (>0,05)$, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan.

Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Jenis

Konsumen menganggap bunga krisan potong memiliki atribut jenis, yang dibagi menjadi dua kategori dalam penelitian ini: kategori jenis standar dan kategori jenis spray. Berikut ini adalah hasil analisis chi-square tentang hubungan antara konsumsi dan atribut jenis bunga krisan potong.

Tabel 5. Kontingensi Konsumen Bunga Krisan Potong Berdasarkan Jenis Konsumsi * Jenis Crosstabulation

Jenis bunga			Konsumsi		Total
			Rendah	Tinggi	
Standar	Count		15	30	45
	Expected Count		23.0	22.1	45.0
Spray	Count		36	19	55
	Expected Count		28.1	27.0	55.0
Total	Count		51	49	100
	Expected Count		51.0	49.0	100.0

Keterangan:

Kategori jenis standar dengan konsumsi rendah sebanyak 15 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 30 orang. Kategori spray dengan konsumsi rendah sebanyak 36 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 19 orang.

Tabel 6. Hasil Analisis Chi – Square Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	10.219 ^a	1	.001		
Continuity Correction ^b	8.974	1	.003		
Likelihood Ratio	10.399	1	.001		
Fisher's Exact Test				.002	.001
Linear-by-Linear Association	10.116	1	.001		
N of Valid Cases	100				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,05.

b. Computed only for a 2x2 table

Keterangan:

Menurut analisis chi-square, nilai $X^2 = 10,219$ untuk konsumsi dan jenis bunga memiliki tingkat signifikan sebesar $0,001 (<0,05)$, menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konsumsi dan atribut jenis bunga.

Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Warna

Warna bunga krisan potong adalah atribut warna yang dikategorikan menjadi tujuh kategori dalam penelitian ini: merah, putih, orange, pink, kuning, ungu, dan hijau. Berikut ini adalah hasil analisis chi-square tentang hubungan antara konsumsi dan atribut warna.

Tabel 7. Kontingensi Konsumen Bunga Krisan Potong Berdasarkan Warna Konsumsi * Warna Crosstabulation

			Konsumsi		Total
			Rendah	Tinggi	
Warna bunga	Merah	Count	6	5	11
		Expected Count	5.6	5.4	11.0
	Putih	Count	15	28	43
		Expected Count	21.9	21.1	43.0
	Orange	Count	7	4	11
		Expected Count	5.6	5.4	11.0
	Pink	Count	10	1	11
		Expected Count	5.6	5.4	11.0
	Kuning	Count	6	5	11
		Expected Count	5.6	5.4	11.0
	Ungu	Count	6	5	11
		Expected Count	5.6	5.4	11.0
	Hijau	Count	1	1	2
		Expected Count	1.0	1.0	2.0
Total		Count	51	49	100
		Expected Count	51.0	49.0	100.0

Keterangan:

Kategori merah dengan konsumsi rendah sebanyak 6 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 5 orang. Kategori putih dengan konsumsi rendah sebanyak 15 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 28 orang. Kategori orange dengan konsumsi rendah sebanyak 7 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 4 orang. Kategori pink dengan konsumsi rendah sebanyak 10 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 1 orang. Kategori kuning dengan konsumsi rendah sebanyak 6 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 5 orang. Kategori ungu dengan konsumsi rendah sebanyak 6 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 5 orang. Kategori hijau dengan konsumsi rendah sebanyak 1 orang dan konsumsi tinggi sebanyak 1 orang.

Tabel 8. Hasil Analisis Chi – Square Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.350 ^a	6	.055
Likelihood Ratio	13.601	6	.034
Linear-by-Linear Association	2.242	1	.134
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (14,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,98.

Keterangan:

Menurut analisis chi-square, hubungan antara konsumsi dan atribut warna bunga dengan nilai $X^2 = 12.350$ memiliki tingkat yang signifikan $0,055 (>0,05)$, menunjukkan ada hubungan yang tidak signifikan.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari orang atau konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Dengan demikian, meneliti perilaku konsumen bunga krisan potong bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut tentang siapa yang membeli bunga krisan potong, bagaimana mereka membeli bunga krisan potong, mengapa mereka membeli bunga krisan potong, dan apa preferensi dan sikap mereka ketika membeli bunga krisan potong.

Jumlah Pembelian Bunga Krisan Potong

Salah satu hal yang dinilai penting oleh konsumen adalah jumlah pembelian bunga krisan potong. Hal ini dikarenakan konsumen akan membeli jumlah bunga yang sesuai dengan tabungan uang yang dipunya.

Tabel 9. Jumlah Pembelian Bunga Krisan Potong di Jawa Timur

No	Jumlah Pembelian (Tangkai)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	≤10 tangkai	51	51
2	>10 tangkai	49	49
Total		100	100

Dapat diketahui bahwa dari seluruh konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur, terdapat 2 variasi pembelian, yaitu ≤10 tangkai dan >10 tangkai. Konsumen yang membeli bunga krisan potong ≤10 tangkai sebanyak 51 orang dan yang membeli >10 tangkai sebanyak 49 orang. Jumlah pembelian lebih unggul pada variasi ≤10 tangkai, hal ini diketahui bahwa jumlah pembelian dengan jumlah banyak hanya dilakukan pada situasi atau kondisi tertentu.

Frekuensi Pembelian Bunga Krisan Potong

Tabel 10. Frekuensi Pembelian Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Frekuensi Pembelian (sebulan)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 kali	56	56
2	2-3 kali	35	35
3	3-4 kali	8	8
4	>5 kali	1	1
Total		100	100

Didapati 56% konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur melakukan pembelian bunga krisan potong sebanyak 1 kali dalam sebulan. Hal ini dikarenakan bunga krisan potong bukanlah kebutuhan pokok sehingga pembelian tidak terjadi secara rutin dan sering.

Tujuan Pembelian Bunga Krisan Potong

Setiap orang memiliki tujuan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan. Demikian pula dalam kegiatan membeli bunga krisan potong.

Tabel 11. Tujuan Membeli Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Tujuan Membeli	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Untuk diri sendiri	61	61
2	Untuk orang lain	39	39
Total		100	100

Tujuan konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur dapat disimpulkan dari tabel hasil analisis data primer. Tujuan membeli bunga krisan potong didominasi dengan tujuan pembelian untuk diri sendiri sebesar 61% atau sebanyak 61 orang. Hal ini diketahui meskipun bunga merupakan kebutuhan sekunder tetapi mayoritas konsumen membeli bunga krisan potong untuk dirinya sendiri.

Tujuan Menggunakan Bunga Krisan Potong

Dalam membeli suatu produk tentunya mempunyai tujuan tentang manfaat dan kegunaan apa yang dihasilkan produk tersebut.

Tabel 12. Tujuan Kegunaan Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Tujuan Kegunaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Kesehatan	2	2
2	Bouquet	37	37
3	Penghias ruangan	59	59
4	Karangan bunga	2	2
Total		100	100

Berlandaskan tabel hasil analisa data primer maka dapat diketahui tujuan digunakannya bunga krisan potong di Jawa Timur. Paling banyak sebesar 59% konsumen membeli bunga krisan potong digunakan sebagai penghias ruangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen bunga krisan potong memiliki kesadaran akan manfaat

yang didapat ketika mendapatkan bunga krisan potong yang dijadikan sebagai penghias ruangan.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong

Preferensi konsumen bunga krisan potong adalah pilihan suka atau tidaknya konsumen tentang barang atau produk, sehingga mereka akan memilih atribut barang atau produk yang akan mereka beli. Demikian pula konsumen bunga krisan potong di Jawa Timur, konsumen akan memilih bunga krisan potong berdasarkan selera.

Tabel 13. Preferensi Konsumen Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Atribut Bunga Krisan Potong	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Bentuk bunga	A. Single/tunggal	16	16
		B. Anemone	18	18
		C. Spider	9	9
		D. Pompom	36	36
		E. Dekoratif	21	21
2	Jenis bunga	A. Standar	45	45
		B. Spray	55	55
3	Warna bunga	A. Merah	11	11
		B. Putih	43	43
		C. Orange	11	11
		D. Pink	11	11
		E. Kuning	11	11
		F. Ungu	11	11
		G. Hijau	2	2
Total			100	100

Jika dilihat dari tabel diatas dapat diketahui preferensi konsumen terhadap seluruh atribut yang melekat pada bunga krisan potong, yaitu konsumen memilih bunga krisan potong dengan jenis spray, berwarna putih, dan berbentuk pompom.

Keyakinan Dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong

Kepercayaan dan evaluasi konsumen pada bunga krisan potong adalah anggapan konsumen tentang bunga krisan potong yang dibeli. Senang atau tidak senangnya melukiskan kepercayaan konsumen terhadap atribut – atribut bunga krisan potong.

a. Keyakinan konsumen (bi)

Tabel ini menggambarkan kepercayaan konsumen pada bunga krisan potong. Rumus berikut digunakan untuk menghitung nilai kepercayaan konsumen (believe) pada bunga krisan potong.

Tabel 14. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Atribut Bunga Krisan Potong	Nilai bi					Total
		5	4	3	2	1	
1	Bentuk bunga	22	58	19	1	0	100
		110	232	57	2	0	401
2	Jenis bunga	18	61	18	3	0	100
		90	244	54	6	0	394
3	Warna bunga	41	47	11	1	0	100
		205	188	33	2	0	428

Atribut warna bunga adalah atribut bunga krisan potong yang diyakini konsumen adalah yang terbaik, menurut hasil analisis data primer dalam tabel di atas. Konsumen percaya bahwa warna bunga ialah faktor yang paling penting, yang berpengaruh pada

keputusan mereka untuk membeli bunga krisan potong di Jawa Timur. Karena warna merupakan hal penting yang ingin dinikmati saat konsumen membeli bunga krisan potong.

Pada tabel di bawah ini, nilai tingkat kepercayaan atribut krisan potong dalam hasil penelitian ditunjukkan. Dengan ketentuan kategori yang dibagi menjadi lima mulai dari 1,0 hingga 1,8 (sangat buruk), 1,9 hingga 2,6 (tidak baik), 2,7 hingga 3,4 (netral), 3,5 hingga 4,2 (baik), dan 4,3 hingga 5,0 (sangat baik).

Tabel 15. Nilai Keyakinan (bi) Atribut Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

Atribut	Skor	Kategori
Bentuk Bunga	4,0	Baik
Jenis Bunga	3,9	Baik
Warna Bunga	4,3	Sangat baik

b. Evaluasi konsumen (ei)

Setelah konsumen mengkonsumsi bunga krisan potong, konsumen biasanya melakukan evaluasi. Untuk menentukan nilai evaluasi konsumen terhadap atribut bunga krisan potong di Jawa Timur, skala likert dipakai untuk penilaian kemudian skor tiap – tiap atribut kemudian dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut bunga krisan potong di Jawa Timur.

Tabel 16. Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

No	Atribut Bunga Krisan Potong	Nilai ei					Total
		5	4	3	2	1	
1	Bentuk bunga	28	62	10	0	0	100
		140	248	30	0	0	418
2	Jenis bunga	34	52	13	1	0	100
		170	208	39	2	0	419
3	Warna bunga	60	35	5	0	0	100
		300	140	15	0	0	455

Menurut tabel di atas, atribut warna bunga krisan potong dianggap memiliki tingkat kepentingan tertinggi bagi konsumen, atau dapat diklaim bahwa atribut warna adalah atribut bunga krisan yang paling penting dan diutamakan ketika membeli. Nilai kepentingan (ei) atribut bunga krisan potong ditunjukkan dalam tabel dibawah berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 17. Nilai Kepentingan (ei) Atribut Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

Atribut	Skor	Kategori
Bentuk Bunga	4,2	Penting
Jenis Bunga	4,2	Penting
Warna Bunga	4,6	Sangat penting

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong

Setelah mengalikan skor evaluasi kepercayaan (bi) masing-masing atribut dengan skor evaluasi (ei), nilai sikap konsumen untuk bunga krisan potong didapatkan. Ketika nilai sikap untuk setiap atribut ditambahkan, nilai sikap keseluruhan untuk bunga krisan potong didapat (Ao). Tabel 26 menunjukkan hasil analisis sikap responden (bi.ei) dan nilai sikap total (Ao) untuk atribut krisan potong keseluruhan. Interpretasi sikap terhadap bunga krisan potong dibagi menjadi lima kategori: 1 - 5,8 (sangat negatif), 5,9 - 10,6 (negatif), 10,7 - 15,4 (netral), 15,5 - 20,2 (positif), dan 20,3 - 25 (sangat positif).

Tabel 18. Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Bunga Krisan Potong Di Jawa Timur

Atribut	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Kategori sikap
Bentuk bunga	4,0	4,2	16,8	Positif
Jenis bunga	3,9	4,2	16,4	Positif
Warna bunga	4,3	4,6	19,8	Positif

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap bunga krisan potong yang dipertimbangkan pada saat melakukan pembelian bunga krisan potong di Jawa Timur adalah atribut warna. Karena warna bunga merupakan kontributor utama atas nilai ekonomi pada komoditas tanaman hias, hal ini menjadi pertimbangan yang berarti bagi konsumen ketika membeli bunga. Warna, bentuk, dan jenis adalah atribut yang dipertimbangkan secara berturut turut dari yang tertinggi hingga yang terendah. Temuan studi sikap konsumen pada tabel di atas sudah sesuai hipotesis penelitian, yakni bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap atribut bunga krisan potong.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Atribut jenis mempunyai hubungan signifikan terhadap konsumsi bunga krisan potong di Jawa Timur. Sedangkan atribut bentuk dan warna memiliki hubungan tidak signifikan terhadap konsumsi bunga krisan potong. Bunga krisan potong yang menjadi preferensi konsumen di Jawa Timur adalah bunga krisan potong berjenis spray, berwarna putih, dan berbentuk pompom. Atribut bunga krisan potong yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian di Jawa Timur adalah atribut warna. Urutan atribut yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna, bentuk, dan jenis. Sikap konsumen terhadap atribut bentuk, jenis, dan warna bunga krisan potong bernilai positif.

Saran

Pemasar bunga krisan potong kiranya lebih meningkatkan pasokan bunga krisan potong yang sesuai dengan kesukaan konsumen, seperti bunga krisan yang memiliki atribut jenis spray, bunga krisan berwarna putih, dan berbentuk pompom. Karena atribut warna adalah atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen ketika memilih bunga krisan potong, produsen kiranya lebih melestarikan dan meningkatkan kualitas warna bunga. Pemerintah sebaiknya sebagai menjadikan hasil riset ini untuk bahan pertimbangan ketika menetapkan kebijakan yang terkait dengan peningkatan produksi dan pemasaran komoditas krisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 8(1).
- Budiasa, I. W., & Rantau, I. K. (2016). Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong Krisan Di Desa Pancasari Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal Of Agribusiness And Agritourism)*.
- Foster, A. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran 7e*. Jilid.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Sugiyono, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*. Bandung. *Indonesia: Alfabeta*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya*. Jakarta: *Pt Ghalia*.
- Sussanto, H., & Handayani, W. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series. *Ug Journal*, 7(5).