

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Rangkaian Bunga Pada Toko Quinn Florist Di Kelurahan Winangun Dua Kecamatan Malalayang Kota Manado

Analysis Of Consumer Preferences For Purchasing Flower Arrangements At The Quinn Florist Store In Winangun Dua Village Malalayang District Manado City

Sulfiana ^{(1)(*)}, **Audrey Julia Maria Maweikere** ⁽²⁾, **Theodora Maulina Katiandagho** ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: sulfianasudirman52@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id
Disetujui diterbitkan

: Jumat, 02 November 2023
: Rabu, 31 Januari 2024

ABSTRACT

The aim of the research is to analyze consumer preferences for purchasing flower arrangements at the Quinn Florist shop in Winangun Dua Village, Malalayang District, Manado City. This research lasted for six months from May to October 2023. The data used in this research was primary data obtained based on questionnaires and secondary data from various online media. The sampling method is by chance (accidental sampling). The sampling method used was random (random sampling). The number of respondents was 100 people using sample calculations, namely the Slovin formula, producing 50 respondents. The data analysis used is chi square analysis with the help of SPSS statistics. The results of the chi square analysis show that for all consumer preference variables regarding purchasing flower arrangements at the Quinn Florist shop in Winangun Dua Village, Malalayang District, Manado City, there are differences in consumer preferences for flower arrangements. The research results show that the price, quality, promotions and service are the same, but differ in the type and consumer preferences for purchasing flower arrangements at the Quinn Florist shop in Winangun Dua Village, Malalayang District, Manado City, namely flower arrangements at a price of IDR35,000 to IDR150,000, the type of series is pot/table, the quality is seen from the beauty, promos namely discounts, and fast responsive service.

Keywords : flower consumer; price; quality; promotions; service

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado. Penelitian ini berlangsung selama enam bulan mulai dari bulan Mei sampai Oktober 2023. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner dan data sekunder dari berbagai media online. Metode pengambilan sampel yaitu secara kebetulan (*accidental sampling*). Metode penarikan sampel digunakan secara acak (*random sampling*). Jumlah responden 100 orang dengan menggunakan perhitungan sampel yaitu rumus *slovin* menghasilkan 50 orang responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis chi square dengan bantuan SPSS *statistics* Hasil analisis chi square menunjukkan bahwa semua variabel preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap rangkaian bunga. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa antara harga, kualitas, promo dan pelayanan itu sama, namun berbeda pada tipe dan preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yakni rangkaian bunga dengan harga Rp35.000 hingga Rp150.000, tipe rangkaiannya adalah pot/meja, kualitasnya dilihat dari keindahan, promo yaitu potongan harga, dan pelayanan yang cepat tanggap.

Kata kunci : konsumen bunga; harga; kualitas; promo; pelayanan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Preferensi dapat dibentuk melalui pemikiran konsumen berdasarkan beberapa alasan pengalaman masa lalu di mana konsumen merasa puas saat membeli produk dan merasa cocok saat mengkonsumsi produk yang dibeli. Kemudian konsumen berkeinginan untuk terus melakukannya atau menggunakan produk agar konsumen dapat mengambil keputusan pembelian (Prasetya, 2019). Preferensi konsumen mengenai produk diharapkan dapat menggambarkan acuan keinginan atau harapan konsumen untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Preferensi dapat ditentukan dengan mengukur utilitas dan kepentingan relatif dari setiap fitur yang termasuk dalam produk (Nurazmi, 2023).

Indonesia sebagai negara tropis dengan dataran rendah dan dataran tinggi, sehingga dapat memproduksi hampir seluruh jenis tanaman florikultura. Pengembangan komoditas ini bisa dipanen terus menerus sepanjang tahun untuk memenuhi kelangsungan permintaan pasar tanpa harus terganggu oleh musim (Wiraatmaja, 2016).

Dalam bidang florikultura, terdapat dua jenis usaha yang dapat dilakukan, yaitu sebagai produsen atau usaha budidaya bunga potong dan sebagai distributor atau dalam bentuk florist. Sebagai distributor, florist memperoleh bunga potong dari petani budidaya dan memberikan nilai tambah kepada konsumen dalam bentuk rangkaian atau tambahan hiasan lainnya (Puspitasari, 2022).

Salah satu toko bunga yang ada di kota Manado yaitu toko bunga Quinn Florist yang merupakan jenis usaha yang menawarkan berbagai jenis bunga potong segar, dekorasi serta menyediakan beragam pilihan rangkaian bunga yang populer untuk menyampaikan perasaan atau ekspresi seperti dalam bentuk bunga Pot/meja, krans, papan, maupun standing, kepada pelanggannya. Namun, dalam penelitian ini berfokus pada produk jenis rangkaian bunga karena merupakan produk yang paling banyak diminati di toko bunga Quinn Florist. Peningkatan pesat terjadi pada bulan Desember karena adanya hari raya natal dan perayaan tahun baru. Lokasi strategis berada di Jalan Raya Manado-Tomohon, Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang mudah di

jangkau, konsumen dapat dengan mudah mengakses toko bunga Quinn Florist. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 2017 dan telah memiliki cabang tepatnya di Kairagi guna memperluas jangkauan layanan toko bunga tersebut, sehingga memudahkan konsumen untuk memperoleh rangkaian bunga yang berkualitas dari toko tersebut.

Meningkatnya permintaan terhadap rangkaian bunga mengharuskan para pelaku bisnis rangkaian bunga untuk memahami bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Untuk meningkatkan permintaan konsumen dan produksi, pelaku usaha berinovasi dalam produk dengan menyediakan berbagai macam rangkaian bunga, dan dituntut untuk mampu memenuhi permintaan konsumen yang semakin beragam (Ardelia *et al.*, 2021).

Perilaku konsumen erat kaitannya dengan kegiatan jual beli barang atau jasa. Tentunya, sebagai konsumen, tidak ingin membeli produk atau jasa yang salah, maka dari itu pengetahuan tentang perilaku konsumen diperlukan untuk memutuskan dan kemudian membeli suatu barang. Preferensi konsumen membantu para pelaku bisnis dapat mengidentifikasi pilihan atau selera konsumen dan kemudian memberikan peluang guna memenuhi berbagai kebutuhan dengan maksimal. Preferensi konsumen berperan besar dalam bisnis sebab informasi tersebut mampu memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam menyediakan produk atau barang maupun jasa yang diminati konsumen dan meraih keuntungan atau pendapatan yang besar (Rachmat *et al.*, 2022).

Atribut produk menjadi salah satu hal yang ada dibenak konsumen dan dijadikan bahan pertimbangan dalam proses keputusan pembelian. Atribut produk memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana konsumen memandang suatu produk.

Hal ini karena atribut produk secara fisik membawa berbagai kegunaan yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen (Mahardika *et al.*, 2021). Kapabilitas pengelolaan guna memposisikan produk melalui atribut produk yang dimilikinya secara tepat di pasar merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk di pasar (Yulianto dan Setiadi, 2022).

Peningkatan permintaan produk rangkaian bunga sebagai cara yang baik untuk

mengungkapkan perasaan, apresiasi, ucapan selamat ataupun hadiah dalam perayaan atau acara tertentu menjadi trend atau budaya di kalangan masyarakat modern, maka pemahaman terhadap selera rangkaian bunga menjadi sangat penting agar memudahkan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado.

Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan informasi untuk menambah wawasan atau pengetahuan dan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana.
2. Bagi produsen, sebagai informasi tentang preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga yang nantinya dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempermudah pemasaran rangkaian bunga yang sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Bagi akademisi, sebagai sumber informasi atau referensi untuk menambah pengetahuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai preferensi konsumen.
4. Bagi konsumen, sebagai bahan pertimbangan keputusan pada pembelian rangkaian bunga.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan dari bulan Mei 2023 sampai dengan Oktober 2023, dari masa penelitian sampai dengan penyusunan laporan penelitian. Penentuan daerah atau lokasi penelitian yang telah dilakukan yaitu menggunakan *purposive method* (sengaja) dengan pertimbangan lokasi tersebut strategis. Lokasi penelitian yaitu pada Toko Quinn Florist, Jalan

Raya Manado-Tomohon, Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung melalui teknik wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen atau pembeli di lokasi penelitian. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui instansi terkait seperti buku, jurnal dan berbagai media online lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penarikan sampel secara kebetulan (*accidental sampling*). Dalam teknik pengambilan sampel ini, anggota sampel adalah orang-orang yang mudah ditemukan atau yang ada dan tersedia pada waktu yang tepat. Responden biasanya dilibatkan karena responden diharapkan berada pada waktu dan tempat yang tepat (Trisiliantanto, 2019). *Accidental sampling* didasarkan pada faktor spontanitas, yang berarti semua orang yang bertemu peneliti secara tidak sengaja dan kemudian sesuai dengan karakteristik responden maka dapat digunakan sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini merupakan responden yang membeli atau yang pernah menjadi konsumen bunga di Quinn Florist. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah secara acak (*random sampling*) Berdasarkan keterangan pemilik toko populasi pengunjung pada bulan Mei sampai Juni ada sekitar 100 orang.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah atribut dari rangkaian bunga yaitu:

1. Harga adalah jumlah uang atau nilai tukar yang ditetapkan atau diminta sebagai imbalan, yang dikategorikan:
 - a. < Rp35.000
 - b. Rp35.000-150.000
 - c. > Rp150.000
2. Tipe rangkaian adalah jenis atau bentuk yang dapat meningkatkan nilai dan fungsinya, yang dikategorikan:

- a. Pot atau Meja adalah jenis rangkaian bunga yang diletakkan di dalam pot dan digunakan untuk memperindah ruangan maupun digunakan untuk berziarah ke makam keluarga atau kerabat terdahulu.
 - b. Krans adalah jenis rangkaian bunga yang umumnya berbentuk melingkar dan sering digunakan dalam upacara pemakaman atau sebagai tanda penghormatan untuk menghormati seseorang yang telah meninggal.
 - c. Papan adalah jenis rangkaian bunga yang diatur dalam bentuk datar atau papan, digunakan dalam berbagai acara seperti pernikahan, penghargaan, ucapan selamat dan penghormatan.
 - d. Standing adalah jenis rangkaian dengan susunan bunga yang dirancang untuk berdiri tegak dengan bantuan struktur pendukung, digunakan dalam berbagai acara seperti pemakaman, pernikahan, acara resmi, dan lain-lain.
3. Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan, yang dikategorikan:
- a. Keawetan adalah kemampuan rangkaian bunga untuk tetap segar dan indah selama mungkin setelah disusun.
 - b. Keindahan adalah kecantikan visual yang terkandung dalam susunan bunga yang segar dan dirancang dengan kreativitas.
 - c. Keamanan adalah pengemasan yang aman dalam artian pengangkutan atau pengiriman dan bunga yang digunakan tidak mengandung bahan kimia berbahaya.
4. Promo yaitu bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk untuk menarik perhatian dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, yang dikategorikan:
- a. Potongan harga adalah penawaran yang diberikan kepada konsumen dengan mengurangi harga dari suatu produk.
 - b. Pengiriman gratis adalah penawaran pengiriman yang diberikan kepada konsumen tanpa biaya tambahan.
 - c. Hadiah gratis adalah penawaran yang diberikan kepada konsumen tanpa memerlukan biaya tambahan atau imbalan apapun.

5. Pelayanan adalah proses tindakan memberikan bantuan yang melibatkan interaksi antara penyedia layanan dan penerima layanan untuk berupaya memenuhi kebutuhan, permintaan maupun masalah yang dikategorikan:

- a. Cepat tanggap adalah kemampuan untuk merespon dengan baik dan cepat terhadap berbagai situasi.
- b. Ramah adalah pelayan bersikap baik, sopan, dan menghormati pelanggan.
- c. Keahlian adalah kemampuan atau keterampilan yang dimiliki untuk merangkai bunga dengan indah, baik, dan sesuai.

Metode Analisa Data

Untuk mengetahui atribut produk rangkaian bunga yang sesuai dengan preferensi konsumen, maka digunakan analisis Analisis *Chi Square* dengan bantuan SPSS Statistics 26. Rumus *Chi Square* adalah:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan:

X^2 = *Chi Square*

f_o = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian

f_e = frekuensi yang diharapkan pada penelitian

$i...k$ = kategori atribut dalam variabel rangkaian bunga

Dimana:

$$f_e = \frac{R_i \times C_i}{\sum R_i}$$

Keterangan :

R_i = jumlah baris ke - i

C_i = jumlah kolom ke - i

$\sum R_i$ = jumlah pengamatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Rangkaian Bunga

Quinn Florist merupakan salah satu toko bunga yang ada di Kota Manado yang berlokasi di Jalan Raya Manado-Tomohon, Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado. Quinn florist didirikan pada tahun 2017

oleh ibu Feybe Kumendong, dengan keahlian dan keterampilan penuh oleh ibu Feybe Kumendong, toko bunga tersebut berhasil tumbuh dan berkembang menjadi salah satu tujuan bagi para pecinta bunga dan pelanggan di wilayah tersebut.

Quinn Florist menawarkan berbagai macam bunga segar atau potong seperti bunga krisan, anthurium, mawar, dan peacock. Toko tersebut juga memproduksi rangkaian bunga yang dipakai untuk acara suka dan duka serta acara keagamaan diantaranya pot/meja, krans, papan, standing, dll. Selain rangkaian bunga untuk acara-acara khusus,

Seiring berjalannya waktu dan kesuksesan yang diraih, Quinn Florist kemudian memutuskan untuk membuka cabang sebagai bentuk ekspansi bisnis. Cabang tersebut masih berlokasi di sekitaran Kota Manado, tepatnya di Kairagi. Cabang dipercayakan untuk dikelola oleh anak dari Ibu Feybe Kumendong sebagai langkah dalam memperkuat kehadiran toko bunga.

Quinn Florist beroperasi setiap hari mulai dari hari Senin sampai Minggu dengan jam buka yaitu dari pukul 06.00 pagi hingga 21.00 malam. Keputusan untuk membuka toko dengan jam operasional yang luas ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang sibuk dengan jadwal harian sehingga dapat dengan mudah mengunjungi toko ini sesuai waktu yang konsumen inginkan. Toko tersebut memiliki tiga orang pegawai yang siap memberikan bantuan dan panduan kepada pelanggan dalam memilih bunga maupun rangkaian terbaik sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden memegang peranan penting yaitu sebagai kumpulan informasi atau data yang memiliki tujuan utama dimana digunakan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan dengan akurat individu yang menjadi subjek dalam penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Perempuan	31	62
2.	Laki-Laki	19	38
Jumlah		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang menjadi mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang atau setara dengan persentase 62% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang atau persentase 38%. Banyaknya responden yang berjenis kelamin perempuan disebabkan karena perempuan cenderung lebih tertarik pada dekorasi atau penghiasan rumah maupun lingkungan. Rangkaian bunga, sebagai satu bentuk elemen estetika, tetapi juga mampu memberikan sentuhan yang menyenangkan dan mempercantik keseluruhan tampilan ruangan, sehingga perempuan merasa terpancing untuk membeli rangkaian bunga sebagai tambahan keindahan.

Umur

Tabel 2. Responden Menurut Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	18-27	15	30
2.	28-37	14	28
3.	38-47	10	20
4.	>48	11	22
Jumlah		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang menjadi mayoritas responden adalah yang berumur 18-27 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 30%, terbanyak kedua yaitu umur 28-37 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, lalu di ikuti responden yang berumur >48 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 22%, dan yang terakhir yaitu yang berumur 38-47 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 20%.

Terdapat selisih yang tampak dalam rentang usia antara jumlah responden tidak mengalami perbedaan yang signifikan, karena rangkaian bunga memiliki arti luas dalam berbagai konteks. Rangkaian bunga dianggap sebagai pilihan yang tepat untuk berbagai kesempatan, seperti momen perayaan. Rangkaian bunga juga sebagai sarana ekspresi diri, dimana berbagai kelompok usia merasa bahwa rangkaian bunga mampu mencerminkan emosi, pesan, maupun rasa hormat dan menjadi pilihan yang tepat oleh berbagai kelompok usia dalam berbagai situasi.

Pendidikan

Tabel 3. Responden Menurut Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	SMP	1	2
2.	SMA	18	36
3.	S1	27	54
4.	S2	4	8
Jumlah		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang menjadi mayoritas responden adalah dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 27 orang dengan persentase 54%, terbanyak ke dua yaitu dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, lalu diikuti oleh responden dengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 4 orang dengan persentase 8%, dan yang terakhir yaitu dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 1 orang dengan persentase 2%.

Mayoritas kelompok dengan tingkat pendidikan S1 cenderung memiliki kemampuan yang lebih besar dalam memahami dan mengapresiasi nilai estetika yang terkandung dalam rangkaian bunga. Serta kemampuan untuk mengartikan pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh rangkaian bunga itu sendiri. Kedalaman pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan tinggi, membuka wawasan terhadap aspek desain maupun keindahan rangkaian bunga.

Pekerjaan

Tabel 4. Responden Menurut Pekerjaan

No.	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	11	22
2.	Ibu Rumah Tangga	14	28
3.	PNS	10	20
4.	Karyawan Swasta	4	8
5.	Wiraswasta	10	20
6.	Buruh	1	2
Jumlah		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang menjadi mayoritas responden adalah ibu rumah tangga sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, terbanyak ke dua yaitu Pelajar/Mahasiswa sebanyak 11 orang dengan persentase 22% lalu diikuti oleh responden dengan pekerjaan PNS

sebanyak 10 orang dengan persentase 20% dan responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 10 orang dengan persentase 20%, dan yang terakhir yaitu responden yang bekerja sebagai buruh/tani sebanyak 1 orang dengan persentase 2%.

Keragaman latar belakang pekerjaan yang terlibat dalam keputusan pembelian rangkaian bunga menggambarkan bahwa rangkaian bunga memiliki daya tarik yang luas dan dapat diapresiasi oleh berbagai kelompok pekerjaan dalam berbagai situasi dan keperluan. Pentingnya peran ibu rumah tangga dalam mayoritas responden menunjukkan bahwa rangkaian bunga bukan sekadar benda dekoratif, tetapi juga merupakan representasi nyata dari kasih sayang, perhatian, dan penghargaan dalam kehidupan.

Pendapatan

Tabel 5. Responden Menurut Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	500.000-1.000.000	11	22
2.	1.100.000-1.500.000	9	18
3.	1.600.000-2.000.000	7	14
4.	2.100.000-2.500.000	2	4
5.	2.600.000-3.000.000	8	16
6.	>3.100.000	13	26
Jumlah		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yang menjadi mayoritas responden adalah yang mempunyai pendapatan <Rp3.100.000 sebanyak 13 orang dengan persentase 26%, terbanyak kedua yaitu dengan pendapatan Rp500.000-1.000.000 sebanyak 11 orang dengan persentase 22%, lalu diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp1.100.00-Rp1.500.000 sebanyak 9 orang dengan persentase 18% dan responden dengan pendapatan sebanyak Rp2.600.000-Rp3.000.000 sebanyak 8 orang dengan persentase 16%, lalu diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp1.600.000-Rp2.000.000 sebanyak 7 orang dengan persentase 14% dan terakhir yaitu responden dengan pendapatan Rp2.100.000-Rp2.500.000 sebanyak 2 orang dengan persentase 4%. Rangkaian bunga di Quinn Florist memiliki daya tarik yang luas di berbagai lapisan ekonomi. Mayoritas responden berasal dari kelompok yang memiliki pendapatan >Rp3.100.000 menunjukkan bahwa rangkaian bunga tidak hanya diakses oleh

kalangan yang memiliki finansial lebih tinggi, tetapi juga oleh berbagai kelompok masyarakat. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa keindahan dan pesan yang ingin disampaikan oleh rangkaian bunga di hargai beberapa kalangan, terlepas dari berapa besar pendapatan responden.

Preferensi Konsumen

Perilaku Pembelian

Perilaku responden terhadap rangkain bunga merupakan suatu tindakan langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan rangkaian bunga. Mempelajari perilaku responden rangkaian bunga adalah usaha untuk memahami siapakah responden rangkaian bunga dan berapa banyak konsumen beli.

Produsen rangkain bunga perlu mendalami perilaku konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga karena menjadi kewajiban untuk menggali pemahaman mengenai bagaimana konsumen berperilaku, dan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian terkait rangkaian bunga tersebut. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini memiliki tingkat signifikansi yang tinggi.

Berikut ini dijelaskan beberapa perilaku beli konsumen terhadap rangkain bunga pada toko bunga Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado.

1. Tujuan Pembelian

Perilaku beli rangkaian bunga menurut tujuan pembelian dilihat pada Tabel 6.

No.	Tujuan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Untuk diri sendiri	8	16
2.	Untuk orang lain	42	84
Total		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, yaitu sebanyak 42 orang responden yang membeli rangkaian bunga tujuan pembelian untuk orang lain. Sedangkan responden yaitu 8 orang membeli rangkaian bunga tujuan untuk diri sendiri.

Hal ini menunjukkan bahwa toko Quinn Florist memiliki sebagian besar pelanggan yang lebih cenderung membeli rangkaian bunga sebagai hadiah untuk orang lain dibandingkan untuk diri sendiri karena rangkaian bunga pada

dasarnya lebih cocok dan memiliki makna yang lebih mendalam dan dapat dengan kuat mengekspresikan perasaan kasih sayang, apresiasi maupun dukungan yang menjadikannya lebih istimewa dan mengesankan saat diberikan kepada orang lain. Pemberian rangkaian bunga kepada kerabat ataupun orang lain dapat menciptakan hubungan yang lebih erat dan bermakna sekaligus memperkuat ikatan dan membangun hubungan yang positif antara pemberi dan penerima.

2. Alasan Pembelian

Perilaku beli rangkaian bunga menurut alasan pembelian dilihat pada Tabel 7.

No.	Tujuan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Lokasi yang mudah dijangkau	13	26
2.	Langganan/Pelanggan tetap	8	16
3.	Ketersediaan produk	19	38
4.	Lebih murah	4	8
5.	Bisa ditawarkan	6	12
Total		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, yaitu sebanyak 19 orang orang responden yang membeli rangkaian bunga dengan alasan pembelian yaitu ketersediaan produk, diikuti oleh responden sebanyak 13 orang dengan alasan lokasi yang mudah dijangkau, oleh responden sebanyak 8 orang dengan alasan langgan/pelanggan tetap, diikuti oleh responden sebanyak 6 orang dengan alasan bisa ditawarkan, dan yang terakhir responden 4 orang dengan alasan lebih murah.

Berdasarkan responden terbanyak yaitu 19 orang dengan alasan pembelian yaitu ketersediaan produk karena di toko Quinn Florist memang setiap harinya selalu menyediakan produk-produk agar konsumen dapat dengan mudah membeli rangkaian bunga yang konsumen inginkan. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menyatakan bahwa dari sepanjang jalan Kelurahan Winangun Dua terdapat 3 toko bunga yang berjejeran, tetapi toko Quinn Florist memiliki reputasi sebagai toko yang selalu konsisten menyediakan produknya.

Selanjutnya yaitu responden sebanyak 13 orang dengan alasan lokasi yang mudah dijangkau menandakan bahwa lokasi Quinn Florist yang strategis dan mudah di akses dan tepat

berada di depan stasiun pengisian bahan bakar (SPBU) yang memperoleh lokasi di daerah aliran lalu lintas yang padat, sehingga menambahkan kemudahan dalam aksesibilitasnya dan juga mudah diingat banyak orang. Terdapat 2 toko bunga yang berada tepat di depan stasiun pengisian bahan bakar (SPBU) namun, bangunan toko Quinn Florist memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan toko bunga yang tepat berada disampingnya, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan kemampuan toko tersebut untuk menarik perhatian. Keberadaan yang lebih besar memberikan kesan yang lebih dominan dan menonjol.

Selanjutnya, responden sebanyak 8 orang dengan alasan langganan atau pelanggan tetap dimana ada hubungan yang sudah terjalin sebelumnya antara responden dengan toko tersebut, sehingga konsumen memilih untuk secara konsisten membeli rangkaian bunga. Dari 3 toko bunga yang tersebar di sepanjang jalan di Kelurahan Winangun 2, Quinn Florist muncul sebagai toko yang memiliki sejarah yang lebih panjang daripada kedua toko lainnya. Keberadaan Quinn Florist dalam jangka waktu yang lebih lama menimbulkan potensi yang cukup besar dalam membangun hubungan pelanggan yang kuat dan berkelanjutan. Kemudian responden sebanyak 6 orang dengan alasan bisa di tawar dan responden sebanyak 4 orang dengan alasan lebih murah, dimana menggambarkan pentingnya nilai ekonomis dalam proses pembelian dan kemampuan pelanggan untuk memanfaatkan diskusi harga atau penawaran.

3. Frekuensi Pembelian

Perilaku beli rangkaian bunga menurut frekuensi pembelian dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Frekuensi Pembelian Rangkaian Bunga

No.	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Seminggu sekali	5	10
2.	Dua minggu sekali	1	2
3.	Satu bulan sekali	3	6
4.	Tidak menentu	41	82
Total		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 8 diketahui bahwa sebagian besar responden pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, yaitu sebanyak 41 orang responden yang membeli rangkaian bunga dengan frekuensi pembelian tidak menentu, diikuti oleh responden sebanyak 5 orang dengan frekuensi pembelian

seminggu sekali, diikuti oleh responden sebanyak 3 orang dengan frekuensi pembelian satu bulan sekali, dan yang terakhir yaitu responden 1 orang dengan frekuensi pembelian dua minggu sekali. Mayoritas pembelian rangkaian bunga sebanyak 41 orang dengan frekuensi pembelian tidak menentu yang berarti bahwa responden tidak memiliki pola pembelian yang konsisten.

Responden tidak terikat oleh rutinitas waktu tertentu seperti mingguan, bulanan, atau sejenisnya. Responden cenderung membeli rangkaian bunga sesuai dengan kebutuhan yang muncul dan acara-acara tertentu yang memerlukan kehadiran rangkaian bunga sebagai simbol atau hiasan. Pembelian rangkaian bunga oleh responden tersebut bukanlah hasil dari suatu jadwal atau interval waktu yang ditentukan, melainkan lebih didorong oleh situasi yang memunculkan permintaan terhadap rangkaian bunga.

Responden yang membeli rangkaian bunga seminggu sekali sebanyak 5 orang dan responden yang membeli rangkaian bunga dua minggu sekali sebanyak 1 orang menandakan bahwa responden tersebut membeli rangkaian bunga secara terjadwal dengan alasan responden secara konsisten menggunakan rangkaian bunga dalam konteks ibadah. Pola pembelian yang teratur dan jadwal pembelian yang konsisten mencerminkan komitmen mendalam serta penerapan nilai-nilai keagamaan yang menjadi pijakan utama bagi responden.

4. Jumlah Pembelian

Perilaku beli rangkaian bunga menurut jumlah pembelian dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Pembelian Rangkaian Bunga

No.	Jumlah Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Seminggu sekali	5	10
2.	Dua minggu sekali	1	2
3.	Satu bulan sekali	3	6
4.	Tidak menentu	41	82
Total		50	100

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 9 diketahui bahwa sebagian besar responden pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, yaitu sebanyak 24 orang responden yang membeli rangkaian bunga dengan jumlah pembelian 1 rangkaian bunga, diikuti oleh responden sebanyak 16 orang dengan jumlah pembelian 2 rangkaian bunga, diikuti oleh responden sebanyak 6 orang dengan jumlah

pembelian 3 rangkaian, dan yang terakhir yaitu sebanyak 4 orang dengan jumlah pembelian > 4 rangkaian.

Mayoritas responden dengan pembelian 1 rangkaian sebanyak 24 orang menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih 1 rangkaian bunga saja untuk keperluan dan mencerminkan keinginan responden untuk menyampaikan pesan untuk memberikan sentuhan spesial pada momen tertentu.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Rangkaian Bunga

Preferensi responden terhadap produk rangkaian bunga adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk rangkaian bunga. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden yang satu dengan responden yang lain. Preferensi responden terhadap rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado di analisis menggunakan analisis *Chi Square*.

Preferensi konsumen pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado dari frekuensi konsumen yang memilih atribut-atribut rangkaian bunga yang diteliti adalah harga, tipe rangkaian, kualitas, promo, dan pelayanan. Dari analisis Chi Square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado menunjukkan hasil seperti pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Analisis *Chi Square*

	Test Statistics				
	Harga	Tipe	Kualitas	Promo	Pelayanan
Chi-Square	11.080 ^a	81.040 ^b	12.640 ^a	27.520 ^a	9.640 ^a
Df	2	3	2	2	2
Asymp. Sig.	.004	.000	.002	.000	.008

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 10 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, karena kelima atribut yang diamati, nilai Sig ≤ nilai α (0,05) Artinya, preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap rangkaian bunga.

Dari kelima atribut rangkaian bunga tersebut, kemudian dikategorikan menjadi lebih spesifik. Kategori tersebut adalah: 1) Harga; Rp. <35.000, 35.000-150.000, >150.000, 2) Tipe; pot atau meja, krans, papan, standing, 3) Kualitas; keawetan, keindahan, keamanan 4) Promo; potongan harga, pengiriman gratis, hadiah gratis, dll. 5) Pelayanan; cepat tanggap, ramah, sopan keahliah.

Preferensi konsumen terhadap rangkaian bunga pada toko Quinn Florist dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado tersebut ditunjukkan pada Tabel 11.

Tabel 11. Preferensi Konsumen Terhadap Rangkaian Bunga Pada Toko Quinn Florist Di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado

Atribut Rangkaian Bunga	Preferensi Konsumen	Jumlah Orang	Persentase (100%)
Harga	<35.000	15	30
	35.000-150.000	27	54
	>150.000	8	16
Tipe	Pot/Meja	40	80
	Krans	3	6
	Papan	5	10
	Standing	2	4
Kualitas	Keawetan	14	28
	Keindahan	28	56
	Keamanan	8	16
Promo	Potongan harga	34	68
	Pengiriman gratis	6	12
	Hadiah gratis	10	20
	Pelayanan	Cepat tanggap	27
	Ramah	12	24
	Keahliah	11	22

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 11 menunjukkan bahwa preferensi konsumen berdasarkan atribut produk adalah:

a. Harga

Harga Rp. 35.000-150.000 dengan jumlah responden sebanyak 27 orang dengan persentase 54%, lalu harga Rp. <35.000 dengan jumlah responden sebanyak 15 orang dengan persentase 30%, dan yang terakhir yaitu harga Rp. >150.000 dengan jumlah responden sebanyak 8 orang dengan persentase 16%. Konsumen rangkaian bunga pada toko Quinn Florist lebih menyukai harga Rp35.000-Rp150.000 karena harga tersebut

memberikan keseimbangan yang tercipta antara nilai yang diberikan oleh rangkaian bunga dan harga yang diminta.

Harga Rp35.000-Rp150.000 konsumen bisa mendapatkan tipe rangkain yaitu pot atau meja maupun standing. Harga tersebut tidak hanya mencerminkan aspek finansial, tetapi juga menandakan bahwa harga tersebut sudah sesuai dengan kreativitas yang terkandung dalam rangkaian bunga. Preferensi konsumen terhadap rangkaian bunga dengan harga tersebut pada toko Quinn Florist mencerminkan penilaian yang cermat atas nilai yang responden terima. Adanya keseimbangan antara harga dan nilai menjadi salah satu faktor penting yang menjadikan toko tersebut sebagai tujuan yang menarik bagi konsumen rangkaian bunga yang tidak hanya memenuhi harapan visual, tetapi juga cocok dengan anggaran konsumen.

Harga <Rp35.000 kurang diminati karena konsumen menganggap bahwa produk dengan harga yang rendah mengindikasikan kualitas bahan yang digunakan atau pengerjaannya yang kurang memuaskan. Konsumen merasa bahwa produk dengan harga yang lebih rendah cenderung memiliki cacat atau tidak memenuhi standar yang diharapkan. Pada harga tersebut konsumen juga hanya bisa mendapatkan tipe rangkaian yaitu pot atau meja.

Harga >Rp150.000 juga kurang diminati karena adanya keterbatasan anggaran yang dimiliki sebagian besar konsumen, dan menjadikannya sulit di akses oleh konsumen tersebut. Kesulitan akses yang disebabkan oleh harga dapat menghambat pembelian produk.

b. Tipe

Tipe rangkaian bunga pot/meja dengan jumlah responden sebanyak 40 dengan persentase 80%, kemudian tipe rangkaian papan dengan jumlah responden sebanyak 5 orang dengan persentase 20%, lalu tipe rangkaian bunga krans dengan jumlah responden sebanyak 3 orang dengan persentase 6%, dan yang terakhir yaitu tipe rangkaian standing dengan jumlah responden 2 orang dengan persentase 4%.

Konsumen rangkaian bunga pada toko Quinn Florist lebih menyukai rangkaian bunga dengan tipe pot/meja karena tipe rangkaian pot/meja lebih mudah ditempatkan di berbagai tempat dan fleksibilitas dalam penggunaan dimana biasanya digunakan dalam berbagai acara

atau kesempatan, baik yang formal maupun informal. Berdasarkan hasil wawancara responden yang menyukai tipe rangkaian pot/meja, mayoritas responden tersebut menggunakan rangkaian bunga tipe pot/meja untuk dibawa sebagai penghormatan di kuburan dan juga sebagai bagian dalam acara ibadah atau ritual keagamaan.

Pilihan untuk membawa rangkaian bunga pot/meja menunjukkan bahwa rangkaian bunga tersebut berfungsi sebagai simbol fisik dari emosi dan perasaan yang sulit diungkapkan dalam kata-kata. Tipe rangkaian bunga krans, papan, dan standing cenderung kurang diminati karena tipe rangkaian tersebut memiliki konteks penggunaan yang lebih terbatas pada momen-momen tertentu.

Rangkaian bunga krans, papan, dan standing cenderung dipilih dalam situasi khusus seperti acara pemakaman, peringatan, atau upacara tertentu, yang tidak terjadi setiap hari. Sebaliknya, tipe rangkaian bunga pot/meja dapat ditempatkan di berbagai tempat maupun situasi, termasuk dibawa ke kuburan ataupun sebagai bagian dari ibadah. Dengan fleksibilitas penggunaannya, tipe rangkaian bunga pot/meja memungkinkan konsumen mengekspresikan emosi, penghormatan, dan rasa spiritualitas kapan saja diperlukan, tanpa harus menunggu momen-momen tertentu yang lebih terbatas.

c. Kualitas

Kualitas dengan melihat dari keindahan dengan jumlah responden sebanyak 28 orang dengan persentase 56%, lalu kualitas dengan melihat dari keawetan dengan jumlah responden sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, dan yang terakhir yaitu kualitas dengan melihat dari keamanan sebanyak 8 orang dengan persentase 16%.

Konsumen rangkaian bunga pada toko Quinn Florist lebih menyukai rangkaian bunga dengan kualitas yang dilihat dari keindahan karena bunga yang dipakai pada rangkaian bunga dipilih dengan baik, dengan menggunakan bunga yang segar dan bersih. Keanekaragaman bunga yang terdapat dalam rangkaian bunga, memberikan dimensi kaya akan warna sehingga menciptakan produk rangkaian bunga yang menarik dan memikat pandangan.

Kualitas keindahan yang ditawarkan rangkaian bunga menjadi faktor utama bagi konsumen, dengan aspek visual yang menonjol

mampu menghadirkan daya tarik tersendiri. Kualitas dengan aspek keawetan cenderung kurang diminati karena responden lebih fokus pada aspek visual, fungsional atau pengalaman penggunaan awal. Di sisi lain, rangkaian bunga yang dibuat di toko Quinn Florist menggunakan bunga segar, namun bunga segar memerlukan perawatan dan pasokan air untuk tetap terlihat segar dan awet. Pasokan air untuk bunga dalam rangkaian bisa terbatas atau bahkan tidak ada, sehingga dampaknya terhadap keawetan bunga.

Namun demikian, aspek keawetan masih memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai jangka panjang dan keputusan pembelian, karena produk yang tahan lama mampu memberikan manfaat dan pengalaman positif dalam penggunaan yang berkelanjutan. Kualitas dengan aspek keamanan kurang diminati karena keamanan yang dimaksud yaitu terkait dengan proses pengantaran rangkaian bunga. Keamanan tersebut mengacu pada upaya untuk memastikan bahwa rangkaian bunga tetap utuh dan tidak mengalami kerusakan selama pengantaran.

d. Promo

Promo dengan potongan harga dengan jumlah responden sebanyak 34 orang dengan persentase 68%, lalu promo dengan hadiah gratis dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dengan persentase 20%, dan yang terakhir yaitu promo dengan pengiriman gratis sebanyak 6 orang dengan persentase 12%.

Konsumen rangkaian bunga pada toko Quinn Florist lebih menyukai rangkaian bunga dengan promo potongan harga, hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan responden untuk memilih rangkaian bunga yang diberikan penawaran potongan harga, saat konsumen membeli rangkaian bunga sekaligus. Kesadaran peluang penghematan ini menjadi salah satu alasan utama responden cenderung tertarik dan senang dengan promo tersebut.

Sedangkan promo dengan hadiah gratis cenderung kurang diminati oleh konsumen, meskipun hadiah gratis terdengar cukup menarik karena menawarkan manfaat tambahan namun, hadiah gratis berupa bunga tambahan dalam jenis promo tersebut diberikan secara acak oleh pegawai toko, dimana responden tidak dibebaskan untuk memilih bunga sehingga mengakibatkan hadiah yang diberikan tidak sesuai dengan yang konsumen inginkan.

Promo dengan pengiriman gratis juga kurang diminati, meskipun menawarkan manfaat yang menguntungkan seperti menghemat biaya tambahan. Konsumen lebih suka datang langsung ke toko untuk membeli rangkaian bunga dan membawanya pulang sendiri dan cenderung memprioritaskan kepastian dan kendali atas rangkain bunga serta dapat melihat dan memilih secara langsung sebelum melakukan pembelian, Kemampuan untuk langsung berinteraksi dengan produk, memilih bunga yang sesuai dan membawanya pulang segera setelah pembelian.

e. Pelayanan

Pelayanan yang cepat tanggap dengan jumlah responden sebanyak 27 orang dengan persentase 54%, lalu pelayanan yang ramah sebanyak 12 orang dengan persentase 24%, dan yang terakhir yaitu pelayanan dengan keahlian dengan jumlah responden sebanyak 11 orang dengan persentase 22%.

Konsumen rangkaian bunga pada toko Quinn Florist lebih menyukai rangkaian bunga dengan pelayanan yang cepat tanggap karena kemampuan pegawai untuk merespon pertanyaan, permintaan, atau kebutuhan konsumen secara cepat dan efisien.

Ketika pelayanan lambat merespon dapat menciptakan perasaan frustrasi pada pelanggan yang mengakibatkan pelanggan merasa marah dan percaya bahwa bisnis tersebut tidak menghargai waktu dan situasi tersebut memiliki potensi untuk merusak citra dan reputasi toko. Oleh karena itu, kebutuhan pelayanan yang cepat tanggap dibutuhkan karena pada situasi tersebut menuntut respon yang segera dan tepat guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen, terutama dalam konteks yang serba cepat.

Pelayanan yang ramah, yang diartikan melalui sikap penuh keramahan dan interaksi yang baik antara penjual dan konsumen. Serta pelayanan dengan tingkat keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oleh penjual cenderung memiliki kesamaan dalam kontribusinya, namun responden dalam penelitian ini cenderung lebih mementingkan pelayanan yang cepat tanggap. Meskipun demikian, keramahan dan keahlian tetap memegang peranan penting dalam keputusan pembelian karena menyempurnakan pengalaman pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa antara harga, kualitas, promo, dan pelayanan itu sama, namun berbeda pada tipe dan preferensi konsumen terhadap pembelian rangkaian bunga pada toko Quinn Florist di Kelurahan Winangun Dua, Kecamatan Malalayang, Kota Manado yakni rangkaian bunga dengan harga Rp35.000 hingga Rp150.000, tipe rangkaiannya yaitu pot/meja, kualitas yang dilihat dari keindahan, promo yaitu potongan harga, dan pelayanan yang cepat tanggap.

Saran

Meningkatkan minat konsumen dalam pembelian rangkaian bunga, produsen harus lebih memperhatikan apa yang menjadi preferensi dari konsumen agar tetap dapat mempertahankan daya tarik produk tersebut. Melatih seluruh staf atau pegawai dalam pembuatan rangkaian bunga, sehingga ketika banyak pelanggan atau pembelian besar, prosesnya dapat berjalan dengan baik dan cepat. Tetap konsisten dalam menawarkan kreativitas dalam desain rangkaian bunga karena menjadi ciri khas yang dapat membedakan toko dari pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardelia, A.G., S.M. Darsono., Handayani. 2021. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Rangkaian Bunga Di Pasar Kembang Kota Surakarta. *Jurnal Agrista*. 9(3):119-131.
- Mahardika. 2021. *Solusi Dalam Memilih Perguruan Tinggi*. Scopindo Media Pustaka. Surabaya.
- Nurazmi, N. 2023. Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Fermentasi (Wine Coffe). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Praselia, T. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah di Kecamatan Tembilahan. *Jurnal Agribisnis*. 8(1):26-35.
- Puspitasari, R.D. 2022. Analisis Preferensi Konsumen Dan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Atribut Produk Rangkaian Buket Bunga Potong (Studi Kasus: Toko Bunga Cinta Florist Surabaya). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya.
- Rachmat, Z., B. Harto., R. Fauzan., Sujana., U. Syarifuddin., I.H. Kusnadi., F. Sudirjo., I.M. Murdana., T.A. Roza., J.S. Paribu., & M. Zulfikar. 2022. *Manajemen Perusahaan Pemasaran*. PT. Global Eksekutif Teknologi. Jakarta.
- Trisiliantanto, D.A. 2019. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wiratmaja, I.W. 2016. *Teknologi Budidaya Tanaman Hias*. Fakultas Pertanian, Universitas Udayana. Bali.
- Yulianto, A., & R. Setiadi. 2022. *Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan*. Gosyen Publishing. Yogyakarta.