

## ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TANAMAN HIAS PADA TOKO BUNGA NURSERI KRISMALIN DI KOTA PALU

### Analysys of Consumer Preference on Ornamental Plants at Nursery Flower Shop of Krismalin in Palu City

Hesti Nuryuliani<sup>1)</sup>, Saharia Kassa<sup>2)</sup>, Dafina Howara<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

<sup>2)</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-429738.

#### ABSTRACT

Ornamental plants is one of horticultural plants that has agribusiness prospect in Indonesia. The plants can be used for decorative purposes in room with its surrounding area and as symbols for feeling expression such as happiness and sadness. Along with increasing development in ornamental plant business, the aim of the research was to analyze the preference of consumers on deciding what ornamental plans they select at the nursery flower shop of Krismalin. The research was located in Watu Morangga street, Poboya, Palu. Thirty respondents selected incidentally were consumers of the Krismalin Nursery Flower Shop. The chi-square analysis indicated that the consumers' were affected by attributes including flower life duration, flower size, price, container used, color and flower bud. The values of the attributes calculated using  $\chi^2_{counted} > \chi^2_{table}$  were  $35.87 > 7.81$ ,  $24.67 > 7.81$ ,  $23.06 > 7.81$ ,  $14.26 > 7.81$ , and  $11.33 > 7.81$ , and  $9.73 > 7.81$ , respectively. Types of plants did not affect the consumers' preference as indicated by  $\chi^2_{counted} < \chi^2_{table}$  ( $7.60 < 7.81$ ). It is suggested to the shop owner that more attention should be paid to flower life duration, flower size, price, container used, color and flower bud.

**Key Words :** Consumer preference and ornamental plants.

#### PENDAHULUAN

Sektor pertanian Indonesia dihadapkan pada tantangan bagaimana mengubah orientasi pertanian tradisional yang berfokus pada sektor *on farm* ke sektor *off farm* atau disebut pendekatan agribisnis. Industri di sektor pertanian yang memperhatikan pendekatan agribisnis salah satunya ialah sub sektor hortikultura. Industri tersebut mampu mengubah pola usahatani yang awalnya hanya dijadikan sebagai hobi menjadi usaha komersial yang prospektif.

Tanaman hias merupakan salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai prospek agribisnis di Indonesia, tanaman hias dapat digunakan untuk dekorasi ruangan dan lingkungan sekitar, serta simbol menyatakan perasaan suka maupun duka. Tanaman hias merupakan salah satu komoditi hortikultura

non-pangan yang digolongkan *florikultura* (Lakitan, 1995).

Selera konsumen terhadap tanaman hias menentukan kelangsungan bisnis tanaman ini. Perubahan selera konsumen akan mempengaruhi perkembangan tanaman hias. Perkembangan bisnis tanaman hias dapat dilihat dari meningkatnya jumlah, variasi, jenis dan penampilan tanaman. Misalnya pada tahun 1980-an tanamanyang banyak digemari oleh konsumen adalah Kaktus sedangkan pada awal tahun 1990-an berganti dengan Palem.

Usaha Toko Bunga Nurseri Krimalin merupakan salah satu usaha toko bunga di Kota Palu yang melakukan usaha tanaman hias sejak Tahun 2005. Usaha tersebut masih tergolong industri rumahan. Toko bunga Nurseri Krismalin saat ini memiliki kurang lebih 20 jenis tanaman yang

dibudidayakan, sebelumnya lebih dari 100 jenis tanaman, hanya karena ada beberapa jenis tanaman yang belum sempat dibudidayakan dan sudah dibeli oleh konsumen, maka bunga yang dibudidayakan oleh pemilik toko tersebut semakin sedikit.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini akan mengkaji permasalahan, “Bagaimana preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian Tanaman Hias di Toko Bunga Nurseri Krismalin”

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini ialah menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias di Toko Bunga Nurseri Krismalin.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di Toko Bunga Krismalin Arseri, di Jalan Watu Morangga Poboya, Palu, Sulawesi Tengah. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja (*Purposive*) karena usaha tersebut merupakan salah satu usaha yang berpotensi untuk mengembangkan tanaman hias. Toko Bunga Krismalin Arseri ini sebagai salah satu pengembang (*grower*) tanaman Hias di Kota Palu. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Juli–September 2012.

Teknik penentuan responden pada penelitian ini dilakukan secara insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen toko bunga Nurseri Krismalin sebanyak 30 responden.

Analisis Chi-Kuadrat ( $\chi^2$ ) digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap tanaman hias. Preferensi konsumen meliputi atribut-atribut yang akan diuji preferensinya, antara lain ketahanan tanaman, harga, jumlah kuntum atau daun, pot yang digunakan, warna, ukuran tanaman,

dan jenis tanaman hias. Hal ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya perbedaan frekuensi antara kategori satu dan kategori lain dalam sebuah sampel tentang sesuatu hal (Sugiyono, 2007). Rumus dasar Chi-Kuadrat adalah sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana :

$\chi^2$  = Chi Kuadrat

$f_0$  = frekuensi yang diobservasi

$f_h$  = frekuensi yang diharapkan

Untuk mengetahui nilai  $\chi^2_{Tabel}$  yaitu dengan cara db = (k-1), dimana (k) merupakan kolom, untuk mendapatkan frekuensi diharapkan maka  $f_h = \frac{jumlah\ Sampel}{Variabel}$  (Dajan, 1984) serta untuk menghitung tinggi rendahnya koefisien *kontingensi* taraf maksimum maka digunakan persamaan sebagai berikut (Spiegel, 1984) :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

Keterangan :

C = Koefisien *Kontingensi* Taraf Maksimum

$\chi^2$  = Kepuasan Konsumen Tanaman Hias

N = Jumlah Sampel

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias.** Preferensi konsumen merupakan pernyataan suka atau tidak terhadap suatu produk yang akan digunakan atau tidak dan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Analisis preferensi konsumen hanya dilakukan pada produk tanaman hias, dinilai dari 7 jenis atribut, antara lain warna, harga, ketahanan tanaman, banyaknya kuntum, pot yang digunakan, ukuran tanaman, dan jenis tanaman.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Warna.** Warna adalah unsur yang bisa menciptakan *mood* atau suasana ruang.

Warna adalah sesuatu yang sederhana yang hanya mendapat respon akibat tangkapan mata, sehingga kadang membuat dikesampingkan oleh sebagian pihak, namun tak jarang membuat orang berlama-lama memilihnya. Pihak yang demikian memandang warna adalah getaran, dan getaran itu secara sadar maupun tidak selalu kita respon, sehingga tak jarang warna memengaruhi kenyamanan lingkungan dan *mood*. Warna yang kita kenakan sehari-hari mempengaruhi pandangan orang lain terhadap kita. Memilih sesuatu yang akan kita kenakan umumnya menyangkut urusan warna dan motif. Sebagian orang, pemilihan warna adalah masalah paling sensitif, namun selera dan kepribadian juga yang menentukan pilihan terhadap warna (Julio, 2012).

Warna tanaman hias merupakan salah satu bagian tanaman yang diminati oleh konsumen. Konsumen tanaman hias berminat melakukan pembelian tanaman hias yang pertama dilihat adalah warna tanaman hias tersebut. Selain itu warna juga menambah daya tarik terhadap tanaman

yang akan dibeli. Warna bunga merupakan kontributor utama terhadap nilai ekonomi bunga dan faktor utama yang dipilih oleh konsumen dalam pembelian bunga. Pengaruh atribut warna disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan dalam Tabel 1, perhitungan yang diperoleh nilai  $\chi^2$  hitung sebesar 11,33 jika dibandingkan dengan  $\chi^2$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81 maka  $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ . Artinya preferensi konsumen terhadap warna berpengaruh. Jadi,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak teruji kebenarannya bahwa preferensi konsumen terhadap atribut warna menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Harga.** Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditi sebagai informasi kontraprestasi dari produsen/pemilik komoditi. Teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar (USU, 2012).

Tabel 1. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Warna Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Jenis Warna	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Merah	7,5	11	3,5	12,25	1,63
Putih	7,5	13	5,5	30,25	4,03
Ungu	7,5	4	-3,5	12,25	1,63
Lainnya	7,5	2	-5,5	30,25	4,03
Jumlah	30	30	0	85	11,33

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Tabel 2. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Harga Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Harga	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Sulit dijangkau	7,5	0	-7,5	56,25	7,50
Cukup mudah dijangkau	7,5	13	5,5	30,25	4,03
Mudah dijangkau	7,5	15	7,5	56,25	7,50
Sangat mudah dijangkau	7,5	2	-5,5	30,25	4,03
Jumlah	30	30	0	173	23,06

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Ket : Sulit dijangkau : Rp.131.000 – Rp. 250.000  
 Cukup Mudah dijangkau : Rp. 71.000 – Rp. 130.000  
 Mudah dijangkau : Rp. 11.000 – Rp. 70.000  
 Sangat mudah dijangkau : Rp. 10.000/ 3 polybag

Harga tanaman hias disesuaikan dengan jenis tanaman hias yang akan ditawarkan pada konsumen, begitu pula yang terjadi pada toko bunga Nurseri Krismalin. Toko bunga ini menawarkan berbagai macam jenis tanaman hias dengan harga yang relatif mudah dijangkau dan disesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan. Konsumen tentunya menginginkan produk tanaman hias yang berkualitas untuk memenuhi kepuasannya. Harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen tentunya diikuti dengan kualitas produk tanaman hiasnya agar konsumen dapat memenuhi kepuasannya dalam memilih tanaman hias.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 2 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 23,06, jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Jadi,  $\chi_{hitung}^2 > \chi_{tabel}^2$  dimana harga mempengaruhi preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak teruji kebenarannya. Sehingga hubungan terjadi signifikan antara harga dan preferensi konsumen pada toko bunga Nurseri Krismalin.

### Preferensi Konsumen Terhadap Atribut

**Ketahanan Tanaman.** Ketahanan tanaman merupakan daya tahan tanaman setelah pembelian produk tanaman hias. ketahanan tanaman ini bisa dilihat pada saat pasca pembelian tanaman hias. Tiap-tiap tanaman hias memiliki ketahanan yang berbeda-beda terhadap lingkungan. Namun, berbeda dengan tanaman hias yang dijual oleh toko bunga Nurseri Krismalin. Pasca pembelian, tanaman ini sangat tahan sehingga konsumen tinggal merawat tanaman ini dengan baik tanpa melupakan perlakuan yang baik terhadap tanaman.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 3 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 35,87, jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Jadi,  $\chi_{hitung}^2 > \chi_{tabel}^2$  dimana preferensi konsumen terhadap ketahanan tanaman sangat mempengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak teruji kebenarannya. Sehingga terjadi hubungan signifikan antara ketahanan tanaman dan preferensi konsumen pada toko bunga Nurseri Krismalin.

Tabel 3. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Ketahanan Tanaman Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Ketahanan Tanaman	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Sangat Tahan	7,5	7	-0,5	0,25	0,03
Tahan	7,5	21	13,5	182,25	24,30
Kurang Tahan	7,5	2	-5,5	30,25	4,03
Tidak Tahan	7,5	0	-7,5	56,25	7,50
Jumlah	30	30	0	269	35,87

Sumber : Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Tabel 4. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Kuntum Bunga Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Banyak Kuntum	fh	Fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
<5	7,5	7	-0,5	0,25	0,03
6-7	7,5	14	6,5	42,25	5,63
8-9	7,5	7	-0,5	0,25	0,03
>10	7,5	2	-5,5	30,25	4,03
Jumlah	30	30	0	73	9,73

Sumber : Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Kuntum Bunga.** Kuntum adalah bagian dari tanaman yang tumbuh di tangkai bunga, tumbuh dan berkembang menjadi tunas, lengkap dengan daun atau bunga. Kuntum bunga merupakan bagian tanaman yang banyak disukai oleh konsumen tanaman hias. Semakin banyak kuntum bunga pada tanaman hias, semakin menambah keindahan terhadap tanaman hias tersebut dan semakin menambah minat konsumen untuk memiliki tanaman hias tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari minat konsumen terhadap tanaman hias yang memiliki kuntum banyak sangat tinggi.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 4 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 9,73, jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Jadi,  $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$  dimana preferensi konsumen terhadap kuntum bunga mempengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  teruji kebenarannya dan  $H_1$  ditolak. Sehingga terjadi hubungan signifikan antara kuntum bunga dan preferensi konsumen pada toko bunga Nurseri Krismalin.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Wadah yang digunakan.** Wadah yang digunakan ialah tempat pengembangbiakan tanaman hias sebagai tempat penampungan media dan nutrisi untuk tanaman hias. Wadah yang digunakan seringkali menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli tanaman hias, karena harus disesuaikan dengan ukuran tanamannya. Selain itu, model wadah juga disesuaikan dengan minat konsumen dan dimana tanaman akan diletakkan nantinya. Semua itu sangat diperhatikan oleh konsumen, tentunya dengan memperhatikan keindahan sesuai keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 5 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 14,26, jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Jadi,  $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$  dimana preferensi konsumen terhadap pot yang digunakan mempengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak teruji kebenarannya bahwa preferensi konsumen terhadap atribut wadah yang digunakan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

Tabel 5. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Wadah Yang Digunakan Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Pot yang digunakan	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Polybag	7,5	9	1,5	2,25	0,30
Kecil	7,5	5	-2,5	6,25	0,83
Sedang	7,5	15	7,5	56,25	7,50
Besar	7,5	1	-6,5	42,25	5,63
Jumlah	30	30	0	107	14,26

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Tabel 6. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Ukuran Tanaman Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Ukuran Tanaman	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Bibit	7,5	2	-5,5	30,25	4,03
Kecil	7,5	6	-1,5	2,25	0,30
Sedang	7,5	19	11,5	132,25	17,63
Besar	7,5	3	-4,5	20,25	2,70
Jumlah	30	30	0	185	24,67

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Tabel 7. Analisis Terhadap Pengaruh Atribut Jenis Tanaman Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Jenis Tanaman	fh	fo	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo-fh) <sup>2</sup> / fh
Mawar	7,5	9	1,5	2,25	0,30
Melati	7,5	4	-3,5	12,25	1,63
Aglaonema	7,5	4	-3,5	12,25	1,63
Lainnya	7,5	13	5,5	30,25	4,03
Jumlah	30	30	0	57	7,60

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Ukuran Tanaman.** Ukuran tanaman hias, disesuaikan dengan nilai kegunaan dan kebutuhan konsumen. Konsumen memilih ukuran tanaman disesuaikan dengan minata mereka. Kebanyakan konsumen lebih menyukai tanaman yang berukuran sedang, hal ini disesuaikan dengan tempat penyimpanannya dirumah.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 6 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 24,67 , jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Maka  $\chi_{hitung}^2 > \chi_{tabel}^2$  dimana preferensi konsumen terhadap ukuran tanaman hias mempengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak teruji kebenarannya. Sehingga terjadi hubungan signifikan antara ukuran tanaman dan preferensi konsumen pada toko bunga nurseri Krismalin.

**Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Jenis Tanaman.** Setiap konsumen memiliki selera terhadap jenis tanaman yang berbeda-beda. Dalam hal ini, kebanyakan konsumen lebih menyukai tanaman bunga-bunga seperti bunga mawar. Tanaman ini memberikan keindahan dan daya tarik tersendiri bagi para pencinta tanaman hias, dan tanaman hias tertentu mengeluarkan wewangian khasnya seperti bunga melati.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 7 diperoleh nilai  $\chi^2$  sebesar 7,60, jika dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sebesar 7,81. Maka  $\chi_{hitung}^2 < \chi_{tabel}^2$  dimana preferensi konsumen terhadap jenis

tanaman hias sangat mempengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  tidak teruji kebenarannya dan  $H_1$  diterima. Sehingga tidak terjadi hubungan signifikan antara jenis tanaman dan preferensi konsumen pada toko bunga Nurseri Krismalin.

**Atribut yang Paling Mempengaruhi.** Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai dari ketujuh atribut yang dinilai mempengaruhi preferensi konsumen adalah signifikan. Ketujuh atribut tanaman hias, tentunya ada salah atribut yang paling dominan yang dipilih oleh konsumenm pencinta tanaman hias, jumlah analisis chi-square hal tersebut disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8 menunjukkan bahwa ke enam atribut berpengaruh terhadap preferensi konsumen sehingga memiliki tingkat signifikan yang tinggi dan memiliki hubungan yang nyata terhadap preferensi konsumen. Atribut jenis tanaman tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen, karena nilai  $\chi_{hitung}^2$  lebih kecil daripada  $\chi_{tabel}^2$ . Ke enam atribut yang berpengaruh tersebut dapat dilihat bahwa atribut yang paling berpengaruh adalah Katahanan tanaman. Untuk menguji hal tersebut maka kita dapat melakukan perhitungan koefisien kontingensi, hal ini bertujuan untuk melihat atribut yang paling berpengaruh.

Hasil yang didapatkan pada saat penelitian bahwa atribut yang paling dominan dipilih oleh konsumen adalah atribut ketahanan tanaman (Lampiran 3). Hal ini dilihat dari hasil perhitungan koefisien bersyarat (*Contingency Coeficient*) dimana hal ini dilakukan untuk mengukur kuatnya hubungan antar atribut.

Tabel 8. Jumlah Analisis Chi-Square tiap Atribut Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin, 2012

Atribut	$\sum \chi^2$
Warna	11,33
Harga	23,06
Ketahanan Tanaman	35,87
Kuntum Bunga	9,73
Wadah yang digunakan	14,26
Ukuran Tanaman	24,67
Jenis Tanaman	7,60

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Karakteristik umum konsumen tanaman hias toko bunga Nurseri Krismalin sebagian besar adalah konsumen yang memiliki pekerjaan wiraswasta dan PNS dengan presentase masing-masing adalah 36,67% dan 30%, berusia produktif (19 tahun-30 tahun) dan berpendidikan sarjana

Preferensi konsumen dipengaruhi oleh atribut (ketahanan tanaman, ukuran tanaman, harga, wadah yang digunakan, warna dan kuntum bunga), hal ini ditunjukkan oleh nilai  $\chi_{hitung}^2 > \chi_{tabel}^2$  masing-masing : ketahanan tanaman (35,87 > 7,81), ukuran tanaman (24,67 > 7,81), harga (23,06 > 7,81), wadah yang digunakan (14,26 > 7,81), warna (11,33 > 7,81), dan kuntum bunga (9,73 > 7,81). Sementara jenis tanaman (7,60 < 7,81) tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen yang ditunjukkan oleh  $\chi_{hitung}^2$  7,60 lebih kecil dari  $\chi_{tabel}^2$  7,81 ( $\chi_{hitung}^2 < \chi_{tabel}^2$ ).

Perhitungan koefisien bersyarat (*contingency coefficient*) atribut yang paling berpengaruh adalah ketahanan tanaman dengan nilai koefisien 0,73.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan kepada pihak toko bunga Nurseri Krismalin didalam menawarkan tanaman hias kepada konsumen agar lebih memperhatikan atribut : ketahanan tanaman, ukuran tanaman, harga, wadah yang digunakan, warna, dan kuntum bunga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Julio, 2012. *Warna*. <http://julio.staff.ipb.ac.id/2012/warna>. Diakses pada tanggal 14 Desember 2012.
- Lakitan, B. 1995. *Hortikultura : Teori, Budidaya, dan Pasca Panen*. Cetakan Pertama. Rajawali Press. Jakarta.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- USU, 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Crude Palm Oil (CPO) Dunia*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.