

PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TANAMAN HIAS KUPING GAJAH (*Anthurium crystallinum*) DI KOTA BOGOR

Akbar Rafiandi^a, Arti Yoesdiarti^b, Ita Novita^b

Universitas Djuanda,
Universitas Djuanda, arti.yoesdiarti@unida.ac.id
Universitas Djuanda,

ABSTRAK

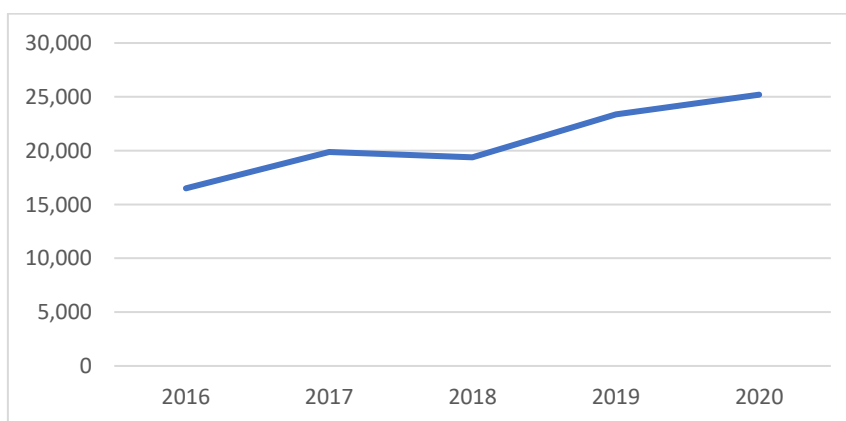
Penelitian bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, proses pengambilan keputusan terhadap pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor, persepsi dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas tanaman hias *Anthurium* di Kota Bogor. Lokasi penelitian di tiga toko yaitu Safa florid, Mang Ade Tea Garden dan Bogor Nursery dengan responden 30 orang yang dipilih secara purposif. Proses pengambilan keputusan dan karakter konsumen dianalisis secara deskriptif, preferensi dan persepsi dianalisis menggunakan *Importance and Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Karakteristik konsumen mayoritas perempuan (60%), berumur 26 – 35 tahun (46,67%), berpendidikan SMA (46,67%), pekerjaan wiraswasta (36,67%), penghasilan Rp 3.000.000 – 5.000.000/bulan (43,33%), dan Proses pengambilan keputusan menunjukkan alasan pembelian adalah untuk kesan estetetik di rumah (40%), untuk kepuasan pribadi (50%), pembelian di toko terdekat (76,67%), pembelian tidak dipengaruhi siapapun (66,67%) dan bersifat terencana (53,33%), membeli 2 kali dalam setahun (36,67%). Preferensi konsumen terhadap *Anthurium* kuping gajah adalah banyaknya helai yang diinginkan yaitu sedang sampai rimbun (46,67%), berwarna gelap (50,00%), berbentuk hati (53,33%), berukuran sedang (53,33%), pola daun bergaris tulang banyak (66,67%), tekstur daun sedikit kasar (36,67%), tekstur batang lembut (60,00%), keunikan yaitu jenis yang langka (53,33%). Hasil IPA menunjukkan bahwa tidak ada atribut yang perlu untuk ditingkatkan. Atribut yang perlu dipertahankan adalah bentuk, jumlah daun, tekstur batang. Atribut dengan prioritas rendah adalah harga, warna, ukuran tanaman, dan tekstur daun, sementara atribut yang dinilai memiliki kinerja berlebihan yaitu keunikan. *Perhitungan CSI* menunjukkan Tingkat kepuasan konsumen sebesar 73,65%, atau “puas.”

Kata kunci : *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), Kota Bogor, kuping gajah, Tanaman hias.

PENDAHULUAN

Minat Masyarakat terhadap tanaman hias semakin besar, hal ini terlihat dari produksi dan perkembangan pasar yang semakin luas. Bentuk tanaman yang beraneka ragam dan daya tarik yang unik dapat menambah kenyamanan pada ruangan, terutama saat bekerja (Sepiani, 2020), diantaranya adalah Anthurium Kuping Gajah. *Anthurium* Kuping Gajah adalah salah satu tanaman hias yang banyak dicari. Jenis ini berkerabat dekat dengan tanaman hias populer lain seperti *Philodendron*, Keladi hias, dan Alokasia. Tanaman ini diminati banyak orang karena memiliki keindahan warna dan variasi bentuk bunga, serta bentuk daun yang beragam. Dengan kesibukan masyarakat perkotaan, tanaman hias *Anthurium* sangat cocok dirawat dikarenakan perawatannya yang cukup mudah.

Kota Bogor merupakan salah satu sentra komoditas tanaman hias di Jawa Barat dengan produksi yang semakin meningkat setiap tahunnya sebagaimana tertera pada Gambar 1. Menurut Badan Pusat Statistik (2020), produksi tanaman hias menurut jenis *Anthurium* kuping gajah (*Anthurium crystallinum*) di Kota Bogor mencapai 25.200 tangkai.



Gambar 1. Produksi Tanaman Hias Kuping Gajah di Kota Bogor (Tangkai)
Tahun 2016-2020

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2020)

Semakin banyaknya jenis tanaman hias dan pedagang tanaman hias, menimbulkan semakin banyak pula persaingan penjualan tanaman hias. Persaingan pada industri tanaman hias membutuhkan perancangan strategi pemasaran yang tepat sehingga informasi mengenai preferensi konsumen sangat diperlukan (Purnamasari, dkk, 2017). Pedagang tanaman hias mengharapkan adanya gambaran tentang *Anthurium* Kuping Gajah yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian yang berjudul “Persepsi dan Preferensi Tanaman Hias Kuping Gajah (*Anthurium crystallinum*) di Kota Bogor”

Pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana karakteristik konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor?
3. Bagaimana persepsi dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor?
4. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap atribut tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui karakteristik konsumen tanaman hias *Anthurium* Kuping Gajah di Kota Bogor.
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian tanaman hias *Anthurium* Kuping Gajah di Kota Bogor.

3. Mengetahui persepsi dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas tanaman hias *Anthurium* Kuping Gajah di Kota Bogor.
4. Mengetahui kepuasan konsumen terhadap pembelian tanaman hias *Anthurium* Kuping Gajah di Kota Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juni 2022 yang bertempat di Bogor Nursery (Bogor Utara), Mang Ade Tea Garden (Bogor Selatan), dan Safa Ploris (Bogor Timur). Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa tempat tersebut menjual Tanaman Hias *Anthurium* Kuping Gajah, sudah menjual tanaman hias lebih dari 2 tahun, banyaknya tanaman hias yang dijual, kemudian banyaknya pembeli yang datang membuat tempat tersebut sangat cocok dijadikan sebagai tempat penelitian, serta mempertimbangkan bahwa ketiga tempat tersebut merupakan beberapa tempat terbesar dalam menjual Tanaman Hias di Bogor

Jenis dan Sumber Data

Data yang akan dikumpulkan pada penelitian ini yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder berasal dari penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, dan studi literatur. Sedangkan data primer berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara terstruktur kepada 30 orang responden yang dipilih secara *purposive*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan tidak berdasarkan acak atau random melainkan berdasarkan adanya pertimbangan-pertimbangan atau target untuk mencapai tujuan (Arikunto, 2006). Pemilihan responden mengikuti penelitian yang

dilakukan oleh Irsyad, dkk (2018) yaitu pernah membeli dan memiliki tanaman hias *Anthurium* kuping gajah, membeli atas inisiatif sendiri dan telah berusia di atas 17 tahun. Menurut Alwi (2015) tidak ada aturan pasti dalam menentukan berapa banyak sampel untuk mewakili populasi. Agung (2006) menyatakan bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan lebih kecil daripada 500, cocok dipakai untuk penelitian. Maka peneliti menentukan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif statistik adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Analisis ini digunakan untuk membahas mengenai karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut *Boyd, et.al* (2000) pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pemecahan masalah melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Ada lima tahap proses pengambilan keputusan menurut Kotler dan Garry (2008) yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen. Untuk menjelaskan tingkat kepentingan, digunakan skala likert sebagaimana tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Skor	Kinerja	Kepentingan
1	Sangat Tidak Puas	Sangat tidak Penting

2	Tidak Puas	Tidak Penting
3	Cukup puas	Cukup Penting
4	Puas	Penting
5	Sangat Puas	Sangat Penting

Total penilaian tingkat Kinerja dan Kepentingan diperoleh dengan cara menjumlahkan skor penilaian yang diberikan konsumen. Hasil perhitungan akan digambarkan dalam diagram kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam diagram tersebut berdasarkan skor rata-rata, dimana skor rata-rata penilaian kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (Y) Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan :

X = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

N = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian dan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (a,b). titik tersebut diperoleh dari rumus :

$$a = \frac{\sum X_i}{k} \quad b = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Keterangan :

a = Batas sumbu X (tingkat kinerja)

b = Batas sumbu Y (tingkat kepentingan)

k = Banyak atribut yang diteliti

Hasil penilaian setiap atribut akan dipetakan ke dalam diagram kartesius sehingga diperoleh atribut yang merupakan prioritas utama (kuadran I), atribut yang perlu dipertahankan (kuadran II), atribut dengan prioritas rendah (kuadran III) dan berlebihan (kuadran IV).

Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Irawan (2002), pengukuran terhadap *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan index tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (Novita, dkk, 2014).

Nilai hasil dari penjumlahan menghasilkan nilai yang akan menjadi tolak ukur

0% - 20% = Sangat Tidak Puas

21% - 40% = Tidak Puas

41% - 60% = Cukup Puas

61% - 80% = Puas

81% - 100% = Sangat Puas

Atribut penelitian yang akan dievaluasi adalah : 1) harga, 2) bentuk daun, 3) warna daun, 4) jumlah daun, 5) Ukuran tanaman, 6) keunikan, 7) tekstur daun dan 8) tekstur batang.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan Tabel 8, bisa kita lihat bahwa jumlah konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di dominasi oleh perempuan, dengan persentase 60% dari jumlah total keseluruhan 18 dari 30 responden ini semua terjadi dikarenakan rata-rata perempuan yang menyukai kecantikan dan keindahan mengakibatkan banyaknya perempuan yang membeli tanaman hias *Anthurium* kuping gajah.

Mayoritas responden Konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor berumur sekitar 26-35 tahun dengan persentase sebesar 46.67 yang menunjukkan bahwa responden tersebut berada pada usia produktif. Tingkat pendidikan responden sebagian besar berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan persentase sebesar 46.67%. Pekerjaan responden mayoritas adalah wiraswasta (36,67%), sementara ibu rumah tangga dan karyawan masing masing berjumlah 26,67%. Mayoritas responden (43,3%) berasal dari kalangan menengah dengan penghasilan Rp.3.000.000-5.000.000.

Proses Pengambilan Keputusan

Alasan pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah adalah menambah kesan estetik di rumah, dikarenakan pandemi covid 19 aktivitas masyarakat lebih banyak di rumah sehingga memiliki banyak waktu luang untuk memelihara tanaman hias *Anthurium* kuping gajah yang mengurangi rasa jenuh di rumah.

Tabel 2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Tanaman Hias *Anthurium* Kuping Gajah

Alasan Pembelian	
Tertarik dengan bentuknya	16,67%
Menambah kesan estetik di rumah	40,00%
Bentuk corak yang menarik dan indah	23,33%
Untuk menambah koleksi	20,00%
Tujuan Pembelian	
Kepuasan Pribadi	50,00%
Sebagai hiasan	43,33%
Sebagai hadiah	6,67%
Yang mempengaruhi pembelian	
Diri Sendiri	66,67%

Suami/isteri	16,67%
Kerabat/teman	13,33%
Frekuensi Pembelian	
1 kali	33,33%
2 kali	36,67%
3-5 kali	10,00%
Lebih dari 5 kali	20,00%

Mayoritas responden merawat tanaman hias *Anthurium* kuping gajah untuk menambah estetika di rumah (40%) agar rumah lebih menyenangkan untuk ditempati mengingat rumah adalah tempat istirahat bagi keluarga. Tujuan pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah adalah untuk kepuasan pribadi dikarenakan banyaknya waktu luang di rumah. Proses pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah dipengaruhi oleh diri sendiri dengan persentase 66,67%. Keputusan Pembelian tanaman hias *Anthurium* kuping gajah secara terencana dengan persentase 53,33%, dan sisanya mendadak saat melewati lokasi penjualan atau saat sedang melihat lihat media sosial (pada pembelian online). Konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah membeli tanaman *Anthurium* kuping gajah di toko terdekat dengan persentase 76,67% dan toko online 23,33%. Responden mempertimbangkan kepraktisan dalam memperoleh tanaman hias.

Mayoritas responden membeli tanaman hias *Anthurium* kuping gajah 2 kali dalam 1 tahun, dikarenakan menghias rumah tidak cukup dengan 1 tanaman saja. Ada juga responden yang membeli lebih dari 5 kali dalam setahun karena menginginkan variasi yang lebih tinggi pada koleksi tanaman hiasnya.

Persepsi dan Preferensi Konsumen

Persepsi masyarakat terhadap tanaman hias *Anthurium* sangat beragam diantaranya karena bentuknya yang unik, dan cocok ditaruh di dalam maupun

di luar ruangan. Banyaknya helai tanaman yang diinginkan oleh konsumen adalah sedang berkisaran 4-7 helai daun dengan persentase 46.67%. Persepsi masyarakat terhadap tanaman yang sedang banyak daunnya akan menimbulkan kesan rapi saat di pajang di dalam maupun di luar rumah.

Tabel 3. Preferensi Konsumen terhadap Tanaman Hias Anthurium Kuping

Gajah	
Helai yang diinginkan	
Rimbun	43,33%
Sedang	46,67%
Sedikit	10,00%
Warna tanaman	
Memiliki warna pucat	25,00%
Memiliki warna garis yang dominan	25,00%
Memiliki warna gelap	50,00%
Bentuk tanaman	
Berbentuk hati	53,33%
Bulat	16,67%
Lonjong	30,00%
Ukuran tanaman	
Besar	20,00%
Sangat besar	10,00%
Sedang	53,33%
Kecil	16,67%
Pola Daun	
Berpola garis tulang banyak	66,67%
Berpola garis tulang sedikit	33,33%
Tekstur daun	
Lembut	30,00%

Sedikit Kasar	36,67%
Kasar	23,33%
Lembek	10,00%
Tekstur Batang	
Lembut	60,00%
Sedikit Kasar	26,67%
Kasar	10,00%
Lembek	3,33%
Keunikan	
Berbentuk hati	16,67%
Tulang daun menonjol	30,00%
Jenis langkah	53,33%

Warna daun yang gelap merupakan pilihan utama saat membeli tanaman hias *Anthurium* kuping gajah (50,00%). Menurut mereka tanaman hias *Anthurium* kuping gajah yang berwarna gelap menambah kesan elegan saat memajangnya di rumah. Bentuk tanaman hias *Anthurium* kuping gajah yang diinginkan oleh masyarakat di Kota Bogor adalah berbentuk hati (53,33%), karena bentuknya yang unik yaitu berbentuk hati membuat tanaman hias ini sangat diminati oleh ibu rumah tangga. Ukuran tanaman hias yang diinginkan oleh konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah di Kota Bogor berukuran sedang (53,33%), dikarenakan ukurannya yang tidak besar membuat tanaman ini sangat cocok ditaruh di berbagai tempat. Pola daun tanaman hias *Anthurium* kuping gajah yang banyak diminati oleh konsumen adalah berpola garis tulang yang banyak dengan persentase 66,67%, dengan alasan garis tulang banyak dikatakan unik dan sangat menarik untuk dilihat.

Tekstur daun tanaman hias *Anthurium* kuping gajah yang banyak diminati oleh konsumen adalah sedikit kasar dengan persentase 36,67%. Tekstur

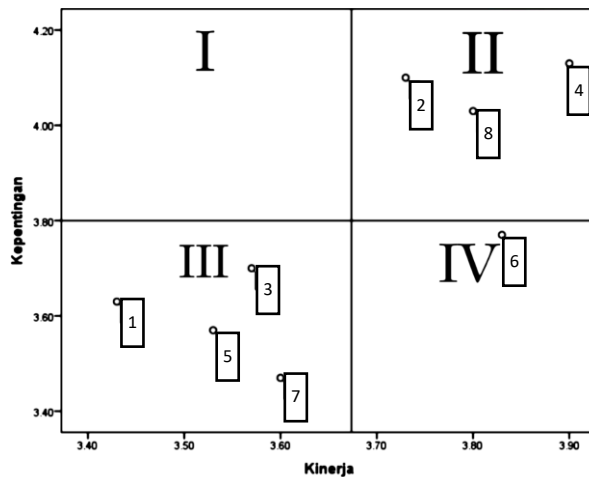
daun yang sedikit kasar membuat tanaman hias *Anthurium* kuping gajah sedikit terlihat tebal dan kuat pada daunnya. Tekstur batang yang diinginkan oleh konsumen adalah dengan tekstur yang lembut dengan persentase 60.00%, dengan tekstur yang lembut batang bisa terlihat lebih mengkilap dan lebih bagus dilihat. Keunikan merupakan hal yang sangat dicari dari tanaman hias *Anthurium* kuping gajah, semakin unik dan langka jenisnya semakin mahal pula harga yang diberikan oleh penjual tanaman hias *Anthurium*. Jenis yang langka merupakan hal yang sangat dicari oleh konsumen tanaman hias *Anthurium* kuping gajah dengan persentase 53.33%. Untuk menggambarkan tiap atribut ke dalam diagram kartesius data yang diperlukan adalah nilai rata-rata kepentingan (*Importance*) dan nilai rata-rata kinerja (*Performance*) dari seluruh responden yang sudah diketahui yang berada pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut *Anthurium* Kuning Gajah

Atribut	Mean Importance (kepentingan)	Mean Performance (Kinerja)
1. Harga	3,63	3,43
2. Bentuk	4,10	3,73
3. Warna	3,70	3,57
4. Jumlah Daun	4,13	3,90
5. Ukuran Tanaman	3,57	3,53
6. Keunikan	3,77	3,83
7. Tekstur Daun	3,47	3,60
8. Tekstur Batang	4,03	3,80

Dengan menggunakan *software* SPSS sebagai aplikasi pembantu dalam menggambar diagram kartesius, dihasilkan seperti pada Gambar 2. Kuadran I berisi atribut-atribut yang di dalamnya penting namun pada kenyataannya

kinerja pada atribut tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan, pada penelitian ini tidak ada atribut yang dianggap penting.



Gambar 2. Diagram Kartesius Atribut Anthurium

Sumber : Data Primer, 2022 (Diolah)

Kuadran II memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pihak perusahaan telah melaksanakannya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Atribut yang ada dalam kuadran II adapun atribut yang perlu dipertahankan dan termasuk dalam kuadran II adalah bentuk (2), jumlah daun (4) dan tekstur batang (8). Konsumen sudah merasa puas dengan bentuk tanaman hias *Anthurium* kuping gajah dikarenakan sudah sesuai dengan harapan, bentuknya yang menyerupai hati membuat tanaman ini sangat digemari. Jumlah daun merupakan hal yang cukup penting. Banyaknya jumlah daun yang diinginkan oleh konsumen yaitu 4-7 helai, pada atribut jumlah daun konsumen merasa yang mereka beli sesuai dengan yang mereka harapkan. Pada penelitian ini tekstur batang sudah memenuhi harapan konsumen dari bentuknya yang halus membuat konsumen merasa sudah sesuai dengan harapannya, jadi pada atribut tekstur batang wajib dipertahankan.

Kuadran III memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya oleh konsumen, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut yang berada pada kuadran III adalah (1) harga, (3) warna, (5) ukuran tanaman, (7) tekstur daun. Perbaikan atau peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya kecil terhadap konsumen.

Kuadran IV memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja yang dilakukan oleh pihak perusahaan dirasakan terlalu tinggi atau berlebihan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan perbaikan, adapun atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah (6) Keunikan, pada hal ini kinerja yang dilakukan oleh pengusaha terlalu berlebih namun dianggap kurang penting menurut konsumen. Penjual tidak terlalu memfokuskan mencari tanaman dengan yang unik saja karena persepsi konsumen terhadap tanaman hias Anthurium kuping gajah masih kurang spesifik.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Untuk mengetahui kepuasan responden, dilakukan analisis dengan menggunakan Costumer Satisfaction Index (CSI). Hasil perhitungan CSI menunjukkan angka 73,65 yang berada pada rentang 61% - 80% dengan arti tingkat kepuasan konsumen "Puas".

KESIMPULAN

1. Karakter responden tanaman hias Anthurium Kuping Gajah adalah Berdasarkan perhitungan diketahui mayoritas perempuan (60%), kisaran umur 26-35 (46,67%), tingkat pendidikan SMA (46,67%), pekerjaan Wiraswasta (36,67%), dan penghasilan Rp.3.000.000 - 5.000.000 (43,33%)
2. Alasan pembelian didominasi untuk menambah kesan estetik di rumah (40%), tujuan pembelian tanaman untuk kepuasan pribadi (50%), rata-rata pembelian tanaman hias anthurium 2 kali setahun (36,67%), proses

pembelian dipengaruhi diri sendiri (66,67%), keputusan pembelian terencana (53,33%), dan tempat pembelian di toko terdekat (76,67%).

3. Hasil persepsi konsumen berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah : tidak ada atribut yang merupakan prioritas tinggi untuk ditingkatkan. Atribut yang perlu dipertahankan adalah bentuk, jumlah daun, tekstur batang. Atribut dengan prioritas rendah adalah harga, warna, ukuran tanaman, dan tekstur daun, sementara atribut yang dinilai memiliki kinerja berlebihan yaitu keunikan. *Perhitungan CSI* menunjukkan Tingkat kepuasan konsumen sebesar 73,65%, atau "puas."
4. Preferensi konsumen adalah banyaknya helai yang diinginkan sedang (46,67%), warna tanaman hias yang gelap (50,00%), bentuk tanaman berbentuk hati (53,33%), ukuran tanaman sedang (53,33%), pola daun berpola garis tulang banyak (66,67%), tekstur daun sedikit kasar (36,67%), tekstur batang lembut (60,00%), dan unik atau jenis yang langka (53,33%).
5. Tingkat kepuasan konsumen terhadap tanaman hias Anthurium di Kota Bogor sesuai hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu sebesar 73,65%, yaitu tingkat kepuasan konsumen "Puas"

SARAN

Saran untuk penjual tanaman hias Anthurium kuping gajah di Kota Bogor :

1. Lebih inovatif dalam memasarkan tanaman hias tidak hanya secara *offline* saja melainkan secara *online* juga
2. Membuat tempat budidaya tanaman hias sendiri agar lebih hemat dalam memerlukan pengeluaran

REFERENSI

- Alwi, I. (2015). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2 (2), 140-148.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boyd, et.al. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Produksi Tanaman Hias secara Nasional 2020. www.bps.go.id. [3 Maret 2022].
- Badan Pusat Statistik. (2018). Produksi Tanaman Tias (Tangkai). bps.go.id. [20 Mei 2022].
- Badan Pusat Statistik. (2017). Jumlah Penduduk Kota Bogor. bps.go.id. [20 Mei 2022].
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2019). Produksi Tanaman Hias Kabupaten/Kota Bogor (tangkai). bps.go.id. [25 Mei 2022].
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. 2020. Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis. bps.go.id. [25 Mei 2022].
- Irawan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Irsyad, EP., Yoesdiarti, A dan Miftah, E. (2018). Analisis Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Kualitas Sayuran Komersial Di Pasar Modern.
- Kotler, P dan Gary, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi XII. Jakarta : Erlangga.
- Novita, I., Megasari, T., Yoesdiarti, A., (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Bauran Pemasaran Bel Mart Bogor. *Jurnal Agribisains*, 5 (1), 11 – 21.
- Purnamasari A, Novita I, dan Yusdiarti A. (2017). Analisis Preferensi Bunga Krisan (*Chrysanthemum morifolium r*) di Pusat Promosi dan Pemasaran Bunga dan Tanaman Hias. *Jurnal AgribiSains* 1 (3), 2550 – 1150.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta