

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber kemudian diolah dan dianalisis oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Persepsi konsumen dapat dilihat dari penilaian akan kepentingan dan kinerja serta tingkat kepuasannya. Maka persepsi konsumen akan produk tanaman hias *Monstera* yaitu :
 - a. Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memperlihatkan ada 3 (tiga) atribut yang terdapat di kuadran A yang dianggap penting untuk ditingkatkan kinerjanya. Terdapat 8 (delapan) atribut yang berada di kuadran B menunjukkan bahwa atribut – atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah baik sehingga harus dipertahankan. Terdapat 4 (empat) atribut yang berada di kuadran C, ini berarti atribut – atribut yang dianggap tidak terlalu penting atau terlalu berlebihan. Terdapat 5 (lima) atribut yang berada di kuadran D (prioritas rendah) dan dianggap tidak terlalu penting dan kinerjanya juga masih kurang baik.
 - b. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa para responden merasa sangat puas terhadap kinerja produk tanaman hias *Monstera*. Hal ini dapat dilihat dari nilai CSI sebesar 85%.
2. Pada 18 variabel yang terpilih untuk dianalisis faktor dilakukan proses penentuan jumlah faktor dan rotasi faktor, terbentuk 4 faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias Monstera yaitu faktor 1 dinamakan Faktor Kelas Sosial, faktor 2 dinamakan Faktor Sekitar, faktor 3 dinamakan Faktor Keyakinan, dan faktor 4 dinamakan faktor Gaya Hidup.

3. Segmen demografis terbanyak tanaman hias Monstera adalah konsumen laki-laki yang sudah menginjak usia dewasa (26-35 tahun) dan memiliki usaha sendiri maupun usaha sampingan, status sosial tergolong kelas menengah hingga menengah keatas karena berpenghasilan terbanyak diatas 4,2 juta atau diatas UMR Kota Surabaya, bahkan juga banyak yang berpenghasilan diatas 6 juta. Segmen perilaku diketahui konsumen terbanyak membeli tanaman hias Monstera dengan alasan untuk memenuhi hobby atau kegemarannya akan tanaman hias.

Segmen pasar terbanyak ini akan menjadi fokus produsen dalam membidik pasar (target pasar). Posisi pasar dapat dilihat dari prioritas kepentingan atribut produk yang sudah dianalisis dan ditingkatkan untuk menempatkan posisi tanaman hias Monstera dapat diingat oleh konsumen yang membidik tanaman hias.

4. Mayoritas konsumen menilai bahwa tanaman hias Monstera hanyalah musiman belaka dan tidak prospektif jika dijadikan usaha berkelanjutan jika dikhususkan pada tanaman hias Monstera saja. Ini dapat diketahui dari pernyataan konsumen yang dominan berkata :
 - a. Permintaannya meningkat hanya karena pengaruh pandemi yang memaksa mereka mencari kesibukan dengan memuaskan hobby.

- b. Monstera dinilai sebagai tanaman yang premium price karena lonjakan harganya yang sangat tinggi saat tren saja.
- c. Konsumen yakin bahwa Tren tanaman hias Monstera tidak akan bertahan lama dan akan tergantikan dengan tren tanaman lain.
- d. Tanaman hias Monstera tidak bisa dijadikan bisnis yang berkelanjutan atau mata pencaharian jika dikhususkan penjualan ke tanaman hias Monstera saja.
- e. Nasib tanaman hias Monstera juga diyakini konsumen akah hilang dipasaran nantinya, sama dengan nasib tanaman hias yang pernah menjadi tren juga sebelumnya dan kini tidak lagi menjadi primadona.

5.2 SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang disebutkan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk meningkatkan kinerja produk tanaman hias Monstera agar dapat terus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap produk tanaman hias Monstera. Saran-saran tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Produsen atau penjual perlu mempertahankan atribut-atribut yang dinilai sudah baik dan meningkatkan yang masih dirasa kurang agar kepuasan konsumen dapat lebih baik lagi kedepannya.
2. Faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bisa dijadikan patokan untuk strategi pemasaran tanaman hias monstera.

3. Penjual atau produsen bisa menjadikan segmen yang ada sebagai target dan memposisikan pasar tanaman hias Monstera dengan baik kedepannya.
4. Tanaman hias Monstera dinilai kurang prospektif sebagai bisnis berkelanjutan atau mata pencaharian hanya jika bisnis kita dikhususkan saja. Namun, tanaman hias Monstera ini tetap bisa dijadikan bisnis dengan adanya inovasi dan kreasi produsen atau konsumen yang mampu menempatkan usahanya dengan baik di benak konsumen.