

**ANALYSIS OF MARKETING MIX THAT AFFECTS TO THE
PURCHASING DECISION OF CUT FLOWERS IN SEMARANG CITY
ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA POTONG DI KOTA SEMARANG**

Retno Fatma Pradhika¹, Heru Irianto², R Kunto Adi³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami No.36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457
Email :retnopradhika@gmail.com/telp : 085641017944

Abstract : This study aims to determine the type of interest most often purchased, marketing mix factors that influence the decision of the purchase of cut flowers and the most dominant variable in each factor that influences the decision of the purchase of cut flowers. The basic method used in this research is descriptive. Location that used as research place that is Cut Flower Market Kalisari Street Dr. Sutomo Semarang City. The number of samples determined is as many as 100 respondents. Data analysis used in this research is by factor analysis. The results show that from 16 variables analyzed can be simplified into 12 variables and covered in 5 core factors. While the most dominant variables are considered by consumers from the five core factors that are formed by the factor loading value, namely variable of interest type 0,872 (product factor), discount variable 0,806 (promotion factor), comfort 0,774 (place factor), affordability 0,788 (price factor) and ease of access variable 0,780 (product ease factor).

Keywords : Factor Analysis, Purchasing Decision, Consumers, Cut Flowers, Semarang City

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis bunga yang paling sering dibeli, faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong dan variabel yang paling dominan di tiap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong. Metode dasar yang dipergunakan penelitian ini adalah deskriptif. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu Pasar Bunga Potong Kalisari di Jalan Dr Sutomo Kota Semarang. Jumlah sampel ditetapkan adalah sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa dari 16 variabel yang dianalisis dapat disederhanakan menjadi 12 variabel dan tercakup dalam 5 faktor inti. Sedangkan variabel yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dari kelima faktor inti yang terbentuk dengan nilai *factor loading* yaitu variabel jenis bunga 0,872 (faktor produk) , variabel potongan harga 0,806 (faktor promosi), kenyamanan 0,774 (faktor tempat) , keterjangkauan harga 0,788 (faktor harga) dan variabel kemudahan akses 0,780 (faktor kemudahan produk).

Kata kunci : Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Konsumen, Bunga Potong, Kota Semarang

PENDAHULUAN

Pada perkembangannya bunga potong seperti bunga mawar, krisan gerbera, anggrek, bunga matahari, dan sedap malam menjadi tanaman industri yang dijual melalui *florist* atau toko bunga. Menurut Widyawan dan Prahastuti (1994) bunga potong adalah bunga yang dimanfaatkan sebagai bahan rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam daur hidup manusia yaitu mulai dari kelahiran, perkawinan dan kematian. Bunga potong merupakan salah satu produk hortikultura yang mempunyai prospek agribisnis di Indonesia. Industri bunga potong atau yang dikenal dengan istilah florikultura menjadi salah satu industri yang dikembangkan di Indonesia dalam upaya peningkatan kesejahteraan petani, memperluas lapangan pekerjaan, pariwisata dan menciptakan lingkungan yang sehat dan nyaman (Susanti, 2004).

Menurut Herdiani (2014) konsumen bunga potong pada umumnya restoran, kantor dan hotel

yang memerlukan bunga segar dalam dekorasinya, selain itu juga konsumen individu langsung yang menggunakan sendiri bunga potong tersebut. Menurut Ridhawardani, Pardian dan Mukti, (2107) bunga potong yang banyak diminati di Indonesia adalah bunga mawar, anggrek, krisan, anthurium, gerbera, anyelir, dan bunga sedap malam dan cocok untuk dijadikan komoditas perdagangan dan komersil.

Di Indonesia terdapat beberapa wilayah yang memproduksi bunga potong, salah satunya yaitu Jawa Tengah. Daerah di Jawa Tengah yang memproduksi bunga potong antara lain terdapat di Kabupaten Semarang, Kabupaten Tegal, Kabupaten Pemalang dan Kabupaten Magelang. Dapat dilihat pada tabel 1. Produksi Bunga Potong di Jawa Tengah pada Tahun 2011 – 2015, merupakan perkembangan produksi bunga potong di Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan Tabel 1. dilihat dari total produksi, produksi bunga potong dari tahun 2011 hingga 2013

Tabel 1. Produksi Bunga Potong di Jawa Tengah pada Tahun 2011 – 2015.

No	Komoditi	Produksi (tangkai)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Anggrek	411.276	1.242.982	1.229.972	1.950.394	2.493.206
2	Gladiol	344.473	201.018	9.000	57.500	28.000
3	Krisan	103.953.499	106.356.842	111.960.992	112.475.050	101.070.169
4	Mawar	37.917.824	25.931.548	36.282.352	36.758.430	33.022.198
5	Sedap Malam	10.626.537	35.326.431	35.649.043	33.687.622	44.153.824
6	Gerbera	343.977	197.954	198.546	167.158	298.081
7	Anthurium	72.281	252.707	245.858	163.858	131.445
8	Bunga Anyelir	250.261	139.927	160.519	103.245	43.966
9	Heliconia	27.022	117.536	208.416	155.892	49.293
Total		153.947.150	169.766.945	185.944.698	185.519.149	181.290.182

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura 2016

selalu mengalami peningkatan, tetapi terjadi penurunan pada tahun 2014 dan 2015. Adanya penurunan produksi ini salah satunya disebabkan oleh konsumen. Kondisi ini mengakibatkan para produsen harus mengerti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli bunga potong agar dapat membuat strategi guna meningkatkan minat beli konsumen, salah satunya dengan menganalisis faktor bauran pemasarannya. Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Bauran Pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Isoraite, 2016).

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Di kawasan Simpang Lima Kota Semarang, terdapat kios Pedagang Bunga Kalisari yang selesai di revitalisasi pada Desember 2016. Di Pasar Bunga Kalisari ini terdapat setidaknya 49 kios pedagang bunga yang menjual bunga potong di sepanjang Jalan Dr Sutomo kawasan Simpang Lima. Selain memiliki pusat perdagangan bunga, Kota Semarang juga berdekatan dengan salah satu wilayah produsen bunga di Jawa Tengah, lebih tepatnya di daerah Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang.

Kawasan Bandungan Kab. Semarang merupakan kawasan yang terkenal sebagai produsen bunga hias khususnya bunga krisan. Hasil produksi dari Bandungan dikirim ke Kota

Semarang, Surakarta dan Yogyakarta (Lee, 2011).

Berdasarkan uraian diatas rumusan masalah pada penelitian ini adalah : 1) Jenis bunga potong apa yang paling banyak dibeli oleh konsumen 2) Faktor-faktor bauran pemasaran apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang 3) Variabel bauran pemasaran apa yang paling dominan pada tiap faktor dalam keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui jenis bunga potong yang paling banyak dibeli oleh konsumen 2) Mengetahui faktor bauran pemasaran apa yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang 3) Mengetahui variabel bauran pemasaran apa yang paling dominan pada tiap faktor dalam keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Teknik penelitian yang digunakan yaitu teknik survei.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive*, lokasi penelitian dilakukan di Pasar Bunga Kalisari Kota Semarang. Kota Semarang dipilih sebagai tempat penelitian dengan beberapa alasan yaitu kota Semarang merupakan Ibu Kota

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu kota yang berkembang di Jawa Tengah begitu pula dengan perkembangan perekonomiannya. Kota Semarang juga berdekatan dengan wilayah yang memiliki tempat produksi bunga yang cukup besar, yaitu di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang, memiliki pusat perdagangan bunga potong di Pusat Kota yaitu Pasar Bunga Kalisari dan Kota Semarang merupakan salah satu kota yang display bunga potong oleh beberapa wilayah produksi bunga potong di Jawa.

Metode Penentuan Sampel Responden

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dengan kriteria response merupakan konsumen individu langsung dari bunga potong dan menggunakan sendiri. Jumlah responden yang digunakan ialah 100 sesuai dengan pendapat Slamet (2006) dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang pertama ialah menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui jenis bunga yang paling banyak dibeli oleh konsumen. Ke-dua menggunakan analisis faktor untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian dan variabel yang dominan pada setiap faktor. Menurut Simamora (2005) secara matematis, analisis faktor merupakan kombinasi linier dari variabel-variabel input yang dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$F_j = b_{j1}X_1 + b_{j2}X_2 + b_{j3}X_3 + b_{j4}X_4 + b_{j5}X_5 + b_{j6}X_6 + b_{j7}X_7 + b_{j8}X_8 + b_{j9}X_9 + b_{j10}X_{10} + b_{j11}X_{11} + b_{j12}X_{12} + b_{j13}X_{13} + b_{j14}X_{14} + b_{j15}X_{15} + b_{j16}X_{16}$$

Dimana:

F_j : Skor faktor ke-j, b_j : Koefisien skor faktor ke-j, X_k : Variabel ke-k yang telah distandarisasi

Variabel - variabel yang dipertimbangkan dalam keputusan konsumen dalam pembelian bunga potong di Semarang adalah :

1) Faktor Produk, **X1** : Jenis Bunga, **X2** : Warna, **X3** : Kesegaran, **X4** : Kecacatan Bunga, 2) Faktor Harga, **X5** : Kesesuaian Harga, **X6** : Keterjangkauan harga, 3) Faktor Tempat, **X7** : Lokasi Penjual, **X8** : Kenyamanan, **X9** : Pelayanan, **X10** : Kemudahan Akses, **X11** : Kebersihan, **X12** : Ketersediaan Bunga, 4) Faktor Promosi, **X13** : Media Sosial, **X14** : Potongan Harga, **X15** : Media Cetak, **X16** : Promosi dari Mulut ke Mulut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, kota Semarang terletak diantara garis $6^{\circ}50'$ – $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ}35'$ – $110^{\circ}50'$ Bujur Timur. Secara administratif, Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dengan 177 Kelurahan. Luas Kota Semarang adalah $373,70 \text{ Km}^2$. Kota Semarang berbatasan langsung dengan : sebelah Barat : Kabupaten Kendal, sebelah Timur : Kabupaten Demak, sebelah Selatan : Kabupaten Semarang, sebelah Utara : Laut Jawa. Jumlah penduduk Kota Semarang dari tahun 2011 – 2015 selalu mengalami

peningkatan dengan jumlah 1.595.187 jiwa pada tahun 2015, dengan 792.886 jiwa laki – laki dan 802.301 jiwa penduduk perempuan . Jumlah penduduk terbanyak terdapat pada kelompok umur 20-24 tahundengan jumlah 156.023 jiwa. Jumlah penduduk tertinggi menurut tingkat pendidikan adalah SD/MI/Sederajad dengan presentase 21,39% . Jumlah penduduk tertinggi menurut mata pencaharian adalah Buruh Industri dengan jumlah 177.956 jiwa.

Kondisi Umum Pasar Bunga Kalisari

Pasar Bunga Kalisari terletak di Jalan Dr Soetomo Kota Semarang. Terdapat 49 Kios dengan rata – rata luas kios adalah 16 m² . Suplai bunga potong berasal dari Kota Malang dan Kabupaten Semarang. Jenis bunga yang dijual antara lain : mawar, krisan, bunga matahari, lili, garbera, gladiol, hydragea dan sedap malam. Bunga dijual dengan harga kisaran Rp 5000 – Rp 40.000 per tangkai.

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden, terdapat 86% perempuan dan 14% laki – laki yang membeli bunga potong,hal ini dipengaruhi oleh perempuan yang lebih dominan menyukai bunga dan mengetahui mengenai bunga. Berdasarkan kelompok usiaterdapat 63% responden yang beradapada kelompok usia 21- 25 tahun dengan 67% responden dengan karakteristik menurut tingkat pendidikan terakhirnya berada pada tingkat SMA, hal ini menunjukkan mayoritas

responden adalah pelajar/ mahasiswa. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat utamanya anak muda yang sudah berubah.

Hasil Analisis Faktor

Pada penelitian ini, analisis dilakukan sebanyak 4 kali pengujian. Tahap awal yang dilakukan pada analisis faktor yaitu menilai variabel mana saja yang dianggap layak untuk dilakukan pada analisis selanjutnya. Metode yang digunakan yaitu metode *Barlett's Test of Sphericity dan pengukuran Keiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA)*. Pada pengujian pertama dilakukan untuk 16 variabel, didapatkan hasil nilai KMO sebesar 0,581 > 0,5. Pada pengujian pertama terdapat 2 variabel yang gugur karena nilai MSA yang kurang dari 0,5 yaitu variabel kecacatan bunga (X4) dan variabel promosi dari mulut ke mulut (X16).

Pengujian ke-dua dilakukan dan didapatkan nilai KMO sebesar 0,634 , pada pengujian ini terdapat 1 variabel yang tidak lolos uji pada uji *Comunalities* yaitu variabel pelayanan (X9) karena memiliki nilai *extraction* < 0,5 sehingga harus dikeluarkan karena tidak memenuhi syarat komunalitas.

Pengujian ketiga dilakukan dan didapatkan nilai KMO sebesar 0,631 , pada pengujian ketiga terdapat 1 variabel yang dikeluarkan, yaitu variabel Lokasi penjualan (X7). Variabel X7 tidak memenuhi syarat *rotated component matrix* dikarenakan faktor loading variabel X7 memiliki nilai <0,5 terhadap semua faktor yang

terbentuk, sehingga nilai korelasi X7 lemah terhadap semua faktor baru yang terbentuk.

Pada pengujian ke-empat dari 16 variabel yang diuji, tersisa sebanyak 12 variabel. Pengujian kali ini didapatkan nilai KMO sebesar $0,617 > 0,5$. Jika nilai KMO dianggap mencukupi jika bernilai lebih dari 0,5, dapat dilihat pada tabel 2 :

Tabel 2. Uji *Kaiser Meyer Olkin* Pengujian Ke-empat

Nilai Kaiser-Meyer-Olkin 0.617		
Measure of Sampling Adequacy		
Bartlett's Test of Sphericity	nilai Chi-Square Df	199.036 66 0.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Tabel 3. *Anti image correlations* Pengujian Ke-empat

Variabel	Nilai Measure of Sampling
Jenis Bunga (X1)	0.580 ^a
Warna (X2)	0.584 ^a
Kesegaran (X3)	0.719 ^a
Kesesuaian Harga (X5)	0.653 ^a
Keterjangkauan Harga (X6)	0.639 ^a
Kenyamanan (X8)	0.608 ^a
Kemudahan Akses (X10)	0.609 ^a
Kebersihan (X11)	0.626 ^a
Ketersediaan Bunga (X12)	0.671 ^a
Media Sosial (X13)	0.658 ^a
Potongan Harga (X14)	0.531 ^a
Media Cetak (X15)	0.599 ^a

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Besarnya nilai *Measure Sampling of Adequance* (MSA) dapat dilihat pada tabel *anti image correlation matrix*. Berdasarkan tabel 3

sudah tidak ada variabel yang dikeluarkan dalam analisis karena semua variabel telah memiliki nilai MSA lebih dari 0,5. Langkah selanjutnya yaitu mengekstraksi variabel-variabel yang ada sehingga terbentuk faktor baru. Setelah proses ekstraksi maka diperoleh nilai *communalities*. Dari nilai *communalities* dapat diketahui hubungan antara variabel dengan faktor-faktor yang nantinya terbentuk. Nilai *communalities* dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Nilai *Communalities* pada pengujian Ke-empat

Variabel	Initial	Extraction
Jenis Bunga (X1)	1.000	0.799
Warna (X2)	1.000	0.769
Kesegaran (X3)	1.000	0.598
Kesesuaian Harga (X5)	1.000	0.545
Keterjangkauan Harga (X6)	1.000	0.659
Kenyamanan (X8)	1.000	0.689
Kemudahan Akses (X10)	1.000	0.641
Kebersihan (X11)	1.000	0.675
Ketersediaan Bunga (X12)	1.000	0.540
Media Sosial (X13)	1.000	0.630
Potongan Harga (X14)	1.000	0.757
Media Cetak (X15)	1.000	0.652

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Setelah mengekstraksi variabel dan mendapatkan nilai *communities*, tahap selanjutnya yaitu mengidentifikasi tabel *total variance explained* yang menjelaskan dasar jumlah faktor yang terbentuk. Nilai *eigenvalues* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung keragaman seluruh

variabel yang dianalisis. Nilai *eigenvalue* yang digunakan untuk menghitung faktor adalah yang memiliki *eigenvalue* lebih dari 1. Nilai *eigenvalue* dapat dilihat pada tabel 5. Setelah diketahui jumlah faktor atribut

utama yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong, langkah selanjutnya yaitu mencari variabel yang berkorelasi tinggi dengan setiap faktor tersebut.

Tabel 5 *Total Variance Explained*

Comp	Inisial Eigenvalue			Ekstaksi <i>Sums of Squared Loadings</i>			Rotasi <i>Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	Persentase Varians	Persentase Kumulatif	Total	Persentase Varians	Persentase Kumulatif	Total	Persentase Varians	Persentase Kumulatif
1	2.515	20.962	20.962	2.515	20.962	20.962	1.843	15.357	15.357
2	1.909	15.905	36.867	1.909	15.905	36.867	1.830	15.246	30.604
3	1.303	10.856	47.723	1.303	10.856	47.723	1.488	12.400	43.003
4	1.185	9.875	57.598	1.185	9.875	57.598	1.419	11.826	54.830
5	1.043	8.692	66.290	1.043	8.692	66.290	1.375	11.461	66.290
6	.825	6.872	73.162						
7	.770	6.420	79.582						
8	.627	5.229	84.811						
9	.585	4.875	89.685						
10	.483	4.028	93.713						
11	.438	3.646	97.359						
12	.317	2.641	100.000						

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Tabel 6. Hasil Analisis Faktor

Faktor	Nama Faktor	% of Variance	Cumulative Total Variance (%)	Variabel Yang Terlibat pada Faktor Inti	Factor Loading	Eigen Value
1	Produk	20.962	20.962	Jenis Bunga	0.872	2.515
				Warna Bunga	0.821	
				Kesegaran Bunga	0.548	
2	Promosi	15.905	36.867	Potongan Harga	0.806	1.909
				Media Cetak	0.781	
				Media Sosial	0.549	
3	Tempat	10.856	47.723	Kenyamanan	0.774	1.303
				Kebersihan	0.739	
4	Harga	9.875	57.598	Keterjangkauan Harga	0.788	1.185
				Ketersediaan Bunga	0.595	
5	Kemudahan Produk	8.692	66.290	Kemudahan Akses	0.780	1.043
				Kesesuaian Harga	0.680	

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Hal ini dapat diidentifikasi melalui *rotated component matrix*. Setelah dilakukan *rotated component matrix* tidak terdapat variabel yang memiliki nilai korelasi $< 0,5$ maka tersisa 12 variabel. Keduabelas variabel yang tersisa dapat dikelompokkan ke dalam lima faktor inti yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di kota Semarang, dapat dilihat pada tabel 6.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dari responden sebanyak 100 orang, terdapat 73% responden yang memilih untuk membeli bunga mawar. Hal ini menunjukkan bahwa, bunga potong yang paling banyak dibeli oleh konsumen yaitu bunga mawar potong. Analisis faktor pada penelitian ini menghasilkan 5 faktor baru yang didalamnya disusun oleh variabel – variabel yang terlibat. Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menjelaskan banyak variabel yang saling berhubungan. Sehingga variabel-variabel dalam satu faktor mempunyai korelasi yang tinggi, sedangkan korelasi dengan variabel-variabel pada faktor lain relatif rendah (Wijaya, 2010).

Faktor – faktor baru tersebut adalah faktor produk, faktor promosi, faktor tempat, faktor harga dan faktor Kemudahan Produk. Faktor produk memiliki nilai presentase varians sebesar 20,962 %, faktor promosi memiliki nilai presentase varians sebesar 15,905%, faktor tempat memiliki nilai presentase varians sebesar 10,856%, faktor harga memiliki nilai varians sebesar

9,875% dan faktor kemudahan produk memiliki nilai varians sebesar 8,692%.

Faktor pertama yaitu faktor produk, faktor produk merupakan faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya terhadap bunga potong. Variabel jenis bunga dengan nilai faktor loading sebesar 0,872 menjadi variabel yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan membeli bunga potong, bunga potong sebagai produknya, maka akan sangat diperhatikan ragam jenis bunganya dalam segi jenis bunga yang akan konsumen beli, warna bunga yang akan dibeli dan kesegaran bunga yang akan dibeli.

Faktor promosi merupakan faktor kedua yang dipertimbangkan, pada faktor promosi, variabel yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu variabel potongan harga dengan nilai *faktor loading* 0,806. Bagi konsumen yang mayoritasnya adalah mahasiswa/ pelajar yang masih belum memiliki penghasilan, promosi dalam bentuk ini sangatlah menarik dan memberikan kepuasan sehingga membuat konsumen kembali membeli bunga potong ditempat yang sama.

Faktor ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian ialah faktor tempat. Pada faktor tempat, variabel yang dominan adalah variabel kenyamanan dengan nilai *faktor loading* 0,774. Dalam berbelanja, konsumen sekarang juga sudah memikirkan mengenai kenyamanan mereka saat membeli, tempat yang

bersih, pelayanan yang ramah dan lokasi yang dirasa aman akan membuat konsumen menjadi nyaman dalam bertransaksi jual beli.

Faktor ke empat yaitu faktor harga, pada faktor harga, variabel yang dominan adalah variabel keterjangkauan harga dengan nilai *faktor loading* 0,788. Keterjangkauan harga menjadi variabel yang dipertimbangkan karena konsumen dalam membeli selalu mencari harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan yang dimiliki, dilihat dari data uang saku dan pengeluaran tiap bulan dapat diketahui konsumen dalam membeli juga memperhatikan *budget* yang dimiliki.

Faktor ke lima yaitu faktor kemudahan produk, pada faktor kemudahan produk, variabel yang dominan adalah variabel kemudahan akses dengan nilai *faktor loading* 0.780. Hal ini dikarenakan konsumen lebih menyukai lokasi penjualan yang mudah untuk diakses. Lokasi penjual yang mudah diakses akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang di tempat tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kota Semarang pada Pasar Bunga Kalisari yang terletak di jalan Dr. Sutomo terhadap faktor yang dipertimbangkan konsumen pada keputusan pembelian bunga potong, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Bunga yang paling sering dibeli oleh konsumen yaitu bunga mawar. 2) Faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian bunga potong di Kota Semarang adalah faktor produk, faktor promosi, faktor tempat, faktor

harga dan faktor kemudahan produk. Hasil analisis faktor yang telah dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor bauran pemasaran menunjukkan dari empat faktor menjadi lima faktor inti baru, faktor tersebut adalah faktor produk, faktor promosi, faktor tempat, faktor harga dan faktor kemudahan produk. 3) Variabel-variabel yang paling dominan dari kelima faktor inti yang terbentuk yaitu variabel jenis bunga (faktor produk), potongan harga (faktor promosi), variabel kenyamanan (faktor tempat), variabel keterjangkauan harga (faktor harga), kemudahan akses (faktor kemudahan produk).

Saran yang dapat dirumuskan berdasarkan kesimpulan serta hasil observasi adalah sebagai berikut : 1) Untuk faktor produk, variabel yang paling dominan yaitu variabel jenis bunga. Berdasarkan hal ini, pedagang harus selalu memperhatikan dan menyediakan ragam jenis bunga yang terdapat di kios dan yang sesuai dengan keinginan konsumen, karena dengan jumlah ragam bunga yang banyak, hal tersebut akan menarik perhatian konsumen. Pada penelitian ini, mawar ialah jenis bunga yang banyak diminati konsumen, maka para pedagang sebaiknya selalu menyediakan bunga mawar dikoisnya. 2) Untuk faktor promosi, variabel yang paling dominan adalah variabel potongan harga. maka dari itu, lebih baik jika diperbanyak promosi dalam bentuk potongan harga seperti dihari – hari besar misalnya hari ibu dan hari *valentine*, untuk menarik minat konsumen. 3) Untuk faktor tempat, variabel yang dominan adalah variabel

kenyamanan. Tempat jual beli yang nyaman merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsume dalam kegiatan jual beli, maka dari itu, produsen sebaiknya menciptakan suasana yang nyaman seperti selalu memberikan pelayanan yang ramah, menyediakan stok bunga yang dicari oleh konsumen, menjaga kebersihan kios dan menyediakan tempat duduk untuk menunggu bagi pembeli bunga potong untuk menarik minat pembeli. 4) Untuk faktor harga, variabel yang paling dominan adalah variabel keterjangkauan harga. Berdasarkan keterjangkauan harga yang telah ada dan dirasa telah memenuhi keinginan konsumen, tetapi sebaiknya pedagang memperhatikan daya beli konsumen yang ada dipasar untuk masa mendatang dan disesuaikan dengan modal yang dikeluarkan, sebaiknya pedagang menggunakan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen. 5) Untuk faktor kesesuaian produk, variabel yang paling dominan adalah variabel akses lokasi. Membeli suatu produk juga diperhatikan dari segi bagaimana kita dapat menuju lokasi. Pasar bunga Kalisari terletak di tengah kota, sehingga akses jalan menuju lokasi penjualan terbilang mudah, maka dari itu, produsen diharapkan mempertahankan lokasi kios bunga potongnya.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Semarang. 2009. Kota Semarang dalam Angka. BPS Kota Semarang. Semarang.
- . 2015. Kota Semarang dalam Angka. BPS Kota Semarang. Semarang
- . 2016. Kota Semarang dalam Angka. BPS Kota Semarang. Semarang
- Direktoral Jenderal Hortikultura. 2016. Data Produksi Tanaman Hias Tahun 2011 – 2015 di Jawa Tengah. Direktoral Jenderal Tanaman Hias. Jakarta.
- Herdiani, E. 2014. *Paska Panen Bunga Potong*. BBPP Lembang. Bandung.
- Isoraite, M. 2016. Marketing Mix Aspects. *International Journal of Research Granthaalaya*. Granthaalaya.
- Lee, Antony. 2011. *Keuletan Sarjana Krisan Bandung*. Kompas. Jakarta.
- Ridhawardani, Pardian, Mukti. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong di Desa Ketawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Agrisains dan Teknologi*. Bandung
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Gramedia. Jakarta.
- Slamet, Y. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Sebelas Maret University Press. Surakarta
- Susanti, D. 2004. *Analisis Usaha Bunga Mawar Potong dalam Bentuk Kemasan dan Kendalanya*. Fakultas Pertanian Universitas Nasional.
- Widyawan dan Prahastuti. 1994. *Bunga Potong : Tinjauan Literatur*. PDII. Jakarta.

Wijaya, T. 2010. *Analisis Multivariat*. Yogyakarta : Penerbit UAJY.