

## Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman *Monstera Adansonii* Di Kelurahan Pondok Kelapa

Lathifah Khairunnisa

Universitas Negeri Jakarta

Email: [Lathifah.tatarias2018@gmail.com](mailto:Lathifah.tatarias2018@gmail.com)

**Abstract.** Besides being able to beautify the room, taking care of ornamental plants can be able to generate positive energy and be able to increase the immunity of the owners who see them. One of the ornamental plants that is interested by many people nowadays such as *Monstera Adansonii* or known as Janda Bolong. This plant is unique and has its own charm because it has leaves that have hollow characteristics. The consumer preference is one of the aspects that influence the consideration of buying a product is giving the statements of like or dislike. The first attraction that can influence the consumers can be generated from the attributes displayed on a product or service. The aim of this study is to determine the characteristics of respondents in sub-district Pondok Kelapa and the attributes (trend, price, color, number of leaves, and plant size) that are most considered in consumer preference for purchasing decisions for *Monstera Adansonii* ornamental plants in sub-district Pondok Kelapa. After the researcher has distributed the questionnaires, a Fishbein multi-attribute analysis test is carried out, the attributes most considered by consumers of *Monstera Adansonii* plant in sub-district Pondok Kelapa are being trend, color of leaf price, plant size, and number of leaves respectively. The results of this study can have implications for students of Cosmetology education study program, so that they can be used as knowledge bases, providing information and increasing literacy regarding *Monstera adansonii* plant preferences as part of basic household learning and consumer education.

**Keywords:** buying decision, consumer preference, *Monstera Adansonii* plant

**Abstrak.** Selain dapat mempercantik ruangan, merawat tanaman hias dapat menghasilkan energi positif serta dapat meningkatkan imunitas pemilik yang melihatnya. Salah satu tanaman hias yang diminati banyak masyarakat saat ini adalah *Monstera adansonii* atau dikenal dengan Janda Bolong. Tanaman ini unik dan mempunyai daya tarik tersendiri karena mempunyai daun yang memiliki ciri berlubang. Preferensi konsumen adalah salah satu aspek yang mempengaruhi pertimbangan pembelian suatu produk serta merupakan pernyataan suka atau tidak suka. Daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen dapat ditimbulkan dari atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik responden di Kelurahan Pondok Kelapa dan atribut (*trend*, harga, warna, jumlah daun dan ukuran tanaman) yang paling dipertimbangkan pada preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa. Setelah peneliti menyebarkan kuesioner, dilakukan uji analisis multiatribut *Fishbein*, atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen tanaman *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa berturut-turut adalah *trend*, warna daun, harga, ukuran tanaman, dan jumlah daun. Hasil dari penelitian ini dapat membawa implikasi kepada mahasiswa/i program studi

---

Received November 30, 2022; Revised Desember 02, 2022; Januari 18, 2023

\* Lathifah Khairunnisa, [Lathifah.tatarias2018@gmail.com](mailto:Lathifah.tatarias2018@gmail.com)

pendidikan tata rias agar dapat digunakan sebagai pemberdaharaan ilmu pengetahuan, memberikan informasi dan menambah literasi mengenai preferensi tanaman *Monstera adansonii* sebagai bagian dari pembelajaran dasar graha dan pendidikan konsumen.

**Kata Kunci:** keputusan pembelian, preferensi konsumen, tanaman *Monstera adansonii*

## **LATAR BELAKANG**

Pandemi Covid-19 membuat masyarakat untuk berkegiatan di rumah serta membatasi kegiatan di luar ruangan untuk menghindari adanya kerumunan, sehingga banyak kegiatan seperti pembelajaran dan kerja yang dilakukan di rumah (*work from home*), hal tersebut membuat masyarakat merasa jenuh, sehingga banyak dari masyarakat yang memiliki hobi baru untuk tetap produktif di rumah, salah satunya adalah menanam tanaman hias. Selain dapat memperindah ruangan, merawat tanaman hias dapat menghasilkan energi positif serta dapat meningkatkan imunitas pemilik yang melihatnya. Dimasa pandemi Covid-19 permintaan akan tanaman hias semakin bertambah bahkan melonjak. Gaya hidup masyarakat yang saat ini sering menghabiskan waktu di dalam rumah dikarenakan pandemi Covid-19 membuat masyarakat banyak merawat tanam hias di rumah, sehingga omset penjualan tanaman hias naik dibandingkan dengan saat kondisi normal.

Tanaman merupakan makhluk hidup yang kerap tumbuh dan berkembang. Yang membuat setiap tanaman berbeda satu dengan yang lainnya adalah ciri dan karakter setiap tanaman yang berbeda dan unik . Tanaman menjadi populer dikarenakan keindahan dan keunikan tanaman tersebut, banyak dicari oleh orang, mempunyai harga yang tinggi, serta diinginkan keberadaannya dalam sebuah taman.

Menurut Soedarmono (1997), jenis tumbuhan yang berasal dari tumbuhan daun maupun tumbuhan bunga yang mampu ditata untuk memperindah lingkungan sedemikian rupa sehingga suasana menjadi artistik dan menarik disebut sebagai tumbuhan hias. Sedangkan Zulkarnain (2009) tanaman yang ditanam untuk daya tarik estetika termasuk dalam pengertian tanaman hias. Ini termasuk tanaman yang ditanam yang dibudidayakan.

Salah satu tanaman hias yang banyak diminati banyak masyarkat saat ini adalah *Monstera adansonii* atau yang dikenal dengan sebutan Janda Bolong. Tanaman ini terbilang unik dan mempunyai daya tarik tersendiri karena mempunyai daun yang memiliki ciri berlubang. Mutasi pada gen atau proses di dalam sel tanaman ini adalah penyebab variasi pola dan warna yang terlihat pada tanaman.

Preferensi konsumen merupakan pernyataan suka atau tidak suka terhadap suatu produk yang akan digunakan atau tidak digunakan, dan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertimbangan pembelian suatu produk. Atribut yang disajikan pada suatu produk atau layanan seringkali menjadi daya tarik pertama bagi pembeli potensial. Berdasarkan data hasil survei sementara maka dianalisa mengenai preferensi konsumen

pada produk tanaman hias, diukur dari 5 macam atribut, yaitu *trend*, harga, warna, jumlah daun dan ukuran tanaman.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), Perilaku konsumen mengacu pada aktivitas yang dilakukan orang saat mencari, mengevaluasi, dan akhirnya memborong barang dan jasa yang mereka yakini akan memenuhi kebutuhan mereka. Ini termasuk aktivitas yang dilakukan orang saat berbelanja.

Tujuan studi ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang karakteristik warga Kelurahan Pondok Kelapa dan atribut (*trend*, harga, warna, jumlah daun dan ukuran tanaman) yang paling dipertimbangkan pada preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman hias *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa.

## KAJIAN TERORITIS

Menurut Kotler (2000:154) preferensi konsumen mengungkapkan kecenderungan di antara penawaran layanan yang tersedia. Lebih lanjut Kotler (2000:154) menunjukkan bahwa preferensi dapat dipahami sebagai sikap pelanggan terhadap produk dan jasa, yang pada gilirannya dapat dipahami sebagai evaluasi kemampuan mental individu, keadaan emosional, dan kecenderungan untuk bertindak dalam menanggapi rangsangan yang diberikan oleh obyek atau ide. Selera dapat didefinisikan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan layanan. Keputusan yang diambil pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor budaya, sosiologis, pribadi, dan psikologis..

Menurut Simamora (2018) saat menentukan merek atau kategori produk mana yang akan dibeli, pelanggan mempertimbangkan karakteristik produk itu sendiri serta karakteristik yang terkait dengan produk tersebut, hal ini disebut atribut.

Keputusan pembelian adalah sejumlah tahapan yang dilakukan konsumen seperti pengenalan masalah oleh konsumen, pencarian informasi mengenai produk atau merek tertentu serta mengevaluasinya, sebelum memutuskan pembelian suatu produk, keputusan tersebut juga karena perasaan suka sehingga menarik seseorang untuk membeli produk untuk mempelajari lebih lanjut tentangnya dan menggunakannya untuk tujuan pribadi.

Kotler (2009) Sebelum pembelian dilakukan, pelanggan melewati serangkaian langkah yang membentuk proses pengambilan keputusan mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa keputusan pembelian adalah situasi seseorang memutuskan membeli sesuatu produk setelah dilakukan tahapan-tahapan yang ada.

Awal sebenarnya dari proses membeli sesuatu adalah ketika keputusan diambil untuk melakukan pembelian. Keputusan untuk membeli dibuat oleh pelanggan sebagai tahap terakhir dari prosedur. Pelanggan memiliki beberapa keputusan yang harus diambil saat melakukan pembelian, termasuk apa yang akan dibeli, di mana membelinya, berapa banyak yang dibeli, kapan membelinya, dan bagaimana cara membayarnya. Pelanggan

juga memiliki banyak pilihan pembayaran untuk dipilih. Ketika datang untuk membuat keputusan yang mempengaruhi keuntungan perusahaan, bisnis perlu memiliki pemahaman mendasar tentang bagaimana perasaan pelanggan dan alasan di balik perilaku mereka.

Karena sikap ada dalam berbagai dimensi, demikian pula pendekatannya juga ada dalam berbagai atribut. Perasaan seseorang tentang objek sikap bergantung pada nilai yang dia tempatkan pada karakteristik objek itu. Dua hal terlibat dalam evaluasi yang ada: satu adalah gagasan bahwa sesuatu memiliki karakteristik khusus, dan yang lainnya adalah bukti aktual dari karakteristik tersebut. Namun, pemeriksaan kedua ini berfokus pada penilaian kualitas-kualitasnya. Fishbein diketahui mengambil taktik ini, metode Fishbein mengukur kepercayaan dan evaluasi seseorang terhadap berbagai atribut produk.

Beberapa pengaruh atribut untuk membentuk perspektif individu. Ini memungkinkan bisnis untuk menemukan mengapa orang menyukai atau membenci suatu produk. Demikian pula dalam hal melalui atribut apa penjual dapat mengubah atau membentuk sikap konsumen.

Daya tarik paling mendasar yang ditawarkan tanaman hias, yaitu:

1. Tanaman hias bunga
2. Tanaman hias daun

Karena penampilannya yang menawan, tanaman berbunga selalu populer. Di sisi lain, tanaman dengan daun yang indah ditanam murni untuk nilai estetika daun itu sendiri daripada alasan lain. Penampilan dan warna daunnya sangat khas. Ketersediaan bentuk tanaman yang lebih estetis menyebabkan peningkatan permintaan, yang pada gilirannya menyebabkan harga lebih tinggi.

*Monstera Adansonii* atau Janda bolong adalah tanaman tropis yang digunakan sebagai tanaman hias. Kemampuan tanaman memanjat, seperti tanaman rambat, bergantung pada kekuatan akarnya yang dapat menahan tanah atau mendorong penyangga yang ada. Tumbuhan ini menggunakan akar udaranya untuk memanjat pohon terdekat dan tanaman merambat berkayu di alam liar. Jika Anda menanamnya di dalam ruangan, Anda bisa mendorongnya dengan menempelkan tongkat di tengah wadah. Janda berongga adalah tanaman dengan pemeliharaan rendah yang memberikan banyak daya tarik visual untuk usaha yang sangat sedikit jika kondisi yang tepat disediakan (Rakhma dan Setiawan, 2021).

Berdasarkan teoritis dan kerangka berfikir, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Atribut tanaman *Monstera adansonii* yang menjadi preferensi konsumen di Kelurahan Pondok Kelapa, yaitu: *trend*, harga, warna daun, jumlah daun, ukuran tanaman
2. Atribut tanaman *Monstera adansonii* yang paling dipertimbangkan konsumen yaitu *trend*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini ditunjukkan kepada masyarakat kelurahan Pondok Kelapa yang memiliki tanaman *Monstera adansonii* dengan cara mengisi lembar kuesioner. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk pembuatan kajian ini. Metode penelitian kuantitatif biasanya didefinisikan sebagai berikut: "didasarkan pada filosofi positivisme; digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu; pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian; analisis data bersifat kuantitatif dan statistik; dan tujuan metode penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan." (Sugiyono, 2020:16).

Istilah "populasi" mengacu pada sekelompok objek atau individu yang telah diberi nomor dan karakteristik tertentu oleh para peneliti sehingga mereka dapat mempelajarinya dan membuat kesimpulan tentangnya (Sugiyono, 2020:126). Populasi pada kajian ini yaitu seluruh masyarakat kelurahan Pondok Kelapa yang berjumlah 87,989 jiwa.

Sampel mewakili subset dari populasi sehubungan dengan ukuran dan komposisi (Sugiyono, 2020:127). Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki dan memelihara tanaman *Monstera adansonii*. Penelitian ini menggunakan teknik yang dikenal dengan *incidental random sampling*, yaitu suatu bentuk pengambilan sampel secara acak berdasarkan kebetulan. Menurut teknik ini, setiap orang yang kebetulan ditemui peneliti secara kebetulan dapat dimasukkan dalam sampel jika mereka dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya (Sugiyono, 2020:133). Setelah dilakukan perhitungan maka jumlah sampel yang akan digunakan sebesar 100 masyarakat Kelurahan Pondok Kelapa.

Kuantifikasi peristiwa alam dan sosial dimungkinkan oleh alat yang dikembangkan dalam penyelidikan ilmiah disebut instrument penelitian (Sugiyono, 2020:156). Menggunakan skala Likert untuk menghitung skor kuesioner (atau instrumen). Seseorang dapat mengukur perspektif individu atau kelompok tentang fenomena sosial dengan menggunakan skala Likert. Setiap pertanyaan pada instrumen diberi skor menggunakan skala Likert, dengan tanggapan mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. (Sugiyono, 2019 : 152).

Tujuan pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan informasi yang dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diminati. Tanggapan survei yang dihasilkan melalui penggunaan kuesioner yang ditugaskan secara acak merupakan kumpulan data inti. Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan informasi dengan meminta responden menjawab serangkaian pertanyaan atau memberikan umpan balik tertulis (Sugiyono, 2013). Peneliti menggunakan metode formulir online yaitu *google form* yang dibagikan melalui group Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Kelurahan Pondok Kelapa.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode univariat, bivariat, dan multiatribut. Analisis univariat adalah metode analisis data di mana setiap variabel diperiksa secara terpisah, tanpa memperhatikan variabel lainnya. Analisis univariat dalam penelitian ini ialah dengan menganalisis karakteristik usia, profesi, penghasilan dari responden. Hubungan antara variabel independen dan dependen dapat diperiksa dengan bantuan analisis bivariat. Karena skala data variabel dependen dan variabel independen ini adalah kategorik (ordinal-ordinal), maka uji yang digunakan adalah *chi-square*. Fitur yang disetujui konsumen diidentifikasi dengan penggunaan analisis multiatribut fisbein

Pada uji validitas, hasil pengamatan dengan menguji 30 responden dengan 21 butir pertanyaan, maka digunakan  $r_{tabel}$  dan didapatkan nilai sebesar 0,361. Berdasarkan pada hasil uji validasi pada instrumen preferensi konsumen menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dari 21 butir soal terdapat 20 pertanyaan yang dinyatakan valid.

Uji realibilitas penelitian ini menggunakan cara rumus Alpha Cronbach. Pada 21 pertanyaan dengan tingkat signifikansi 5% diketahui bahwa koefisien alpha instrument preferensi konsumen adalah sebesar 0,702 dan koefisien alpha instrument keputusan pembelian sebesar 0,742, oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat dibagikan kepada responden untuk tujuan digunakan sebagai instrumen penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian dilakukan dari bulan Desember 2022 dengan responden sebanyak 100 konsumen yang membeli dan memiliki tanaman hias *Monstera adansonii* di kelurahan Pondok Kelapa.

### **Hasil Distribusi Frekuensi**

#### **1. Hasil Distribusi Frekuensi *Trend* Tanaman *Monstera Adansonii***

Berikut merupakan tabel identifikasi kategori variabel *trend* tanaman *Monstera Adansonii* menurut responden.

**Tabel** Kategori Variabel *Trend* Tanaman *Monstera Adansonii*

<b>No.</b>	<b>Trend</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
1.	Market Place	19	19
2.	<i>Social Media</i>	49	49
3.	Teman	32	32
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Peneliti menganalisis tabel kategori variabel *trend* tanaman *Monstera adansonii*, responden paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* dikarenakan pengaruh dari *social media*. Berdasarkan tabel tersebut dari 100 responden, terdapat 19 responden (19%) mengakui mengetahui *trend* tanaman *Monstera adansonii* dari *market place*, 49 responden (49%) mengakui mengetahui *trend* tanaman *Monstera adansonii* dari *social media*, 32 responden (32%) mengakui mengetahui *trend* tanaman *Monstera adansonii* dari teman.

## 2. Hasil Distribusi Frekuensi Harga Tanaman *Monstera Adansonii*

Berikut merupakan tabel identifikasi kategori variabel harga tanaman *Monstera Adansonii* menurut responden.

**Tabel** Kategori Variabel Harga Tanaman *Monstera Adansonii*

No.	Harga	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Rp.25.000 - Rp.50.000	28	28
2.	Rp. 51.000 – Rp. 150.000	43	43
3.	Rp. 151.000 – Rp. 500.000	19	19
4.	Rp. 501.000 – Rp. 1.500.000	9	9
5.	> Rp. 1.500.000	1	1
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Peneliti menganalisis tabel kategori variabel harga tanaman *Monstera adansonii*, responden paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* yang memiliki harga Rp. 51.000 – Rp. 150.000. Berdasarkan tabel tersebut dari 100 responden, terdapat 28 responden (28%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan harga Rp.25.000 - Rp.50.000, terdapat 43 responden (43%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan harga Rp. 51.000 – Rp. 150.000, terdapat 19 responden (19%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan harga Rp. 151.000 – Rp. 500.000, terdapat 9 responden (9%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan harga Rp. 501.000 – Rp. 1.500.000, terdapat 1 responden (1%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan harga > Rp. 1.500.000.

### **3. Hasil Distribusi Frekuensi Warna Daun Tanaman *Monstera Adansonii***

Berikut merupakan tabel identifikasi kategori variabel warna daun tanaman *Monstera Adansonii* menurut responden.

**Tabel** Kategori Variabel Warna Daun Tanaman *Monstera Adansonii*

<b>No.</b>	<b>Warna Daun</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
1.	Hijau	71	71
2.	Perpaduan hijau dengan putih (varigata)	29	29
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Peneliti menganalisis tabel kategori variabel warna daun tanaman *Monstera adansonii*, responden paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* yang memiliki warna daun hijau. Berdasarkan tabel tersebut dari 100 responden, terdapat 71 responden (71%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun berwarna hijau, terdapat 29 responden (29%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun perpaduan hijau dengan putih (varigata).

### **4. Hasil Distribusi Frekuensi Jumlah Daun Tanaman *Monstera Adansonii***

Berikut merupakan tabel identifikasi kategori variabel jumlah daun tanaman *Monstera Adansonii* menurut responden.

**Tabel** Kategori Variabel Warna Jumlah Daun *Monstera Adansonii*

<b>No.</b>	<b>Jumlah Daun</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
1.	5-6	36	36
2.	7-10	39	39
3.	11-20	19	19
4.	>20	6	6
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Peneliti menganalisis tabel kategori variabel jumlah daun tanaman *Monstera adansonii*, responden paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* yang memiliki jumlah daun 7-10. Berdasarkan tabel tersebut dari 100 responden, terdapat 36 responden (36%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun yang berjumlah 5-6, terdapat 39 responden (39%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun yang berjumlah 7-10, terdapat 19 responden (19%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun yang berjumlah 11-20, terdapat 6 responden (6%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan daun yang berjumlah >20.

### 5. Hasil Distribusi Frekuensi Ukuran Tanaman *Monstera Adansonii*

Berikut merupakan tabel identifikasi kategori variabel ukuran tanaman *Monstera Adansonii* menurut responden.

**Tabel** Kategori Variabel Ukuran Tanaman *Monstera Adansonii*

No.	Ukuran Tanaman	Frekuensi	Presentase (%)
1.	5 cm-20 cm	38	38
2.	21 cm-50 cm	41	41
3.	51 cm-70 cm	20	20
4.	71 cm-200 cm	1	1
5.	>200 cm	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Peneliti menganalisis tabel kategori variabel jumlah daun tanaman *Monstera adansonii*, responden paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* yang memiliki ukuran 21 cm – 50 cm. Berdasarkan tabel tersebut dari 100 responden, terdapat 38 responden (38%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan ukuran 5 cm – 20 cm, terdapat 41 responden (41%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan ukuran 21 cm – 50 cm, terdapat 20 responden (20%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan ukuran 51 cm – 70 cm, terdapat 1 responden (1%) memilih membeli tanaman *Monstera adansonii* dengan ukuran 71 cm – 200 cm, dan tidak ada responden yang memilih tanaman yang berukuran >200cm.

### **Preferensi Responden terhadap Atribut Tanaman *Monstera Adansonii***

Preferensi responden terhadap tanaman *Monstera adansonii* adalah sikap konsumen yang menunjukkan keinginan terhadap tanaman *Monstera adansonii* atau pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap tanaman *Monstera adansonii* yang akan dibelinya. Keinginan tersebut berbeda-beda pada setiap pembeli. Preferensi responden terhadap tanaman *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa dapat dianalisis menggunakan *chi square*.

**Tabel Ringkasan Hasil *Chi Square***

<b>Variabel</b>	<b>PValue</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Kesimpulan</b>
<i>Trend</i>	0.005	0.05	Berbeda nyata
Harga	0.00	0.05	Berbeda nyata
Warna Daun	0.021	0.05	Berbeda nyata
Jumlah Daun	0.00	0.05	Berbeda nyata
Ukuran Tanaman	0.00	0.05	Berbeda nyata

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa semua atribut produk tanaman *Monstera adansonii* pada penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, dikarenakan uji chi square  $Pvalue < \alpha (0,05)$  yaitu  $Pvalue < 0,05$ . Maka preferensi responden terhadap tanaman *Monstera adansonii* tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi dalam pemilihan atribut tanaman *Monstera adansonii*.

Preferensi responden terhadap tanaman *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa dapat diketahui dari kategori atau karakteristik atribut-atribut tanaman *Monstera adansonii* yaitu trend, harga, warna daun, jumlah daun, dan ukuran tanaman yang paling banyak dipilih oleh responden, dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel** Preferensi Responden terhadap Tanaman *Monstera Adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa

No	Atribut Tanaman <i>Monstera Adansonii</i>	Preferensi Responden
1	Trend	<i>Social Media</i>
2	Harga	Rp. 51.000 – Rp. 150.000
3	Warna Daun	Hijau
4	Jumlah Daun	7-10
5	Ukuran Tanaman	21 cm – 50 cm

Dapat diketahui dari table 4.12 di atas, bahwa paling banyak responden membeli tanaman *Monstera adansonii* dikarenakan *trend* yang terdapat di social media, serta tanaman *Monstera adansonii* yang paling banyak disukai oleh responden di Kelurahan Pondok Kelapa yaitu yang memiliki kisaran harga Rp. 51.000 – Rp. 150.000, memiliki daun berwarna hijau, jumlah daun 7-10, dan memiliki ukuran tanaman yang berkisar antara 21 cm – 50 cm.

1. *Trend* Tanaman *Monstera Adansonii*

Responden di Kelurahan Pondok Kelapa paling banyak membeli tanaman *Monstera adansonii* dikarenakan *trend* yang terjadi di *social media*. *Social media* atau media massa merupakan sumber informasi saat ini. Setiap hari media massa memaparkan ide, produk, opini, dan iklan. Banyak orang membentuk sikap hanya berdasarkan informasi yang diperoleh melalui media massa saat ini.

2. Harga Tanaman *Monstera Adansonii*

Responden tanaman *Monstera adansonii* di kelurahan pondok kelapa paling suka dengan tanaman *Monstera adansonii* yang mempunyai harga kisaran Rp. 51.000 – Rp. 150.000. Harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen tentunya diikuti dengan kualitas produk dari tanaman *Monstera adansonii* agar konsumen dapat memenuhi kepuasannya dalam memilih dan membeli tanaman tersebut.

3. Warna Daun Tanaman *Monstera Adansonii*

Warna adalah unsur yang bisa menciptakan mood atau suasana ruang. Warna tanaman merupakan salah satu bagian yang diminati oleh konsumen. Warna yang

paling diminati oleh responden tanaman *Monstera adansonii* di kelurahan Pondok Kelapa yaitu yang memiliki warna daun hijau, tanaman dengan warna tersebut cenderung umum dan dapat diterima oleh masyarakat baik yang paham tentang tanaman hias maupun yang tidak mengerti tanaman hias.

#### 4. Jumlah Daun Tanaman *Monstera Adansonii*

Jumlah daun menentukan umur tanaman serta harga tanaman, semakin banyak jumlah daun maka tanaman hias akan semakin tua serta harga jual semakin mahal. Jumlah daun tanaman *Monstera adansonii* yang paling banyak dipilih oleh responden di kelurahan Pondok Kelapa yaitu yang berkisar 7-10 daun.

#### 5. Ukuran Tanaman *Monstera Adansonii*

Ukuran tanaman *Monstera adansonii* disesuaikan dengan nilai kegunaan dan kebutuhan konsumen. Konsumen memilih ukuran tanaman disesuaikan dengan minat mereka. Kebanyakan konsumen lebih menyukai tanaman yang berukuran sedang, hal ini disesuaikan dengan tempat penyimpanannya dirumah, oleh karena itu ukuran tanaman *Monstera adansonii* yang paling disukai oleh responden di kelurahan Pondok Kelapa yaitu yang berukuran 21 cm – 50 cm.

### **Kepercayaan dan Evaluasi Responden terhadap Atribut Tanaman *Monstera Adansonii***

Kepercayaan konsumen tanaman *Monstera adansonii* adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat tanaman *Monstera adansonii*. Evaluasi mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu atribut (puas atau tidak puas). Kepercayaan dan evaluasi responden terhadap tanaman *Monstera adansonii* dapat dilihat pada tabel di bawah.

**Tabel Kepercayaan Responden terhadap Atribut Tanaman Monstera Adansonii**

Atribut Tanaman <i>Monstera Adansonii</i>	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1		
Trend	51	44	5	0	0	100	4,46
	255	176	15	0	0	446	
Harga	44	51	5	0	0	100	4,39
	220	204	15	0	0	439	
Warna Daun	48	45	7	0	0	100	4,41
	240	180	21	0	0	441	
Jumlah Daun	36	56	8	0	0	100	4,28
	180	224	24	0	0	428	
Ukuran Tanaman	41	52	7	0	0	100	4,34
	205	208	21	0	0	434	

Dilihat dari tabel 4.13 bahwa atribut yang paling diyakini atau dipercayai oleh responden tanaman *Monstera adansonii* yaitu atribut *trend* dengan rata-rata 4,46. Sedangkan atribut yang paling kurang diyakini atau dipercayai oleh responden tanaman *Monstera adansonii* yaitu jumlah daun dengan rata-rata 4,28.

**Tabel Evaluasi Responden terhadap Atribut Tanaman *Monstera Adansonii***

Atribut Tanaman <i>Monstera Adansonii</i>	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1		
Trend	60	37	3	0	0	100	4,57
	300	148	9	0	0	457	

Harga	48	52	0	0	0	100	4,48
	240	208	0	0	0	448	
Warna Daun	51	45	4	0	0	100	4,47
	255	180	12	0	0	447	
Jumlah Daun	47	51	2	0	0	100	4,45
	235	204	6	0	0	445	
Ukuran Tanaman	50	47	3	0	0	100	4,47
	250	188	9	0	0	447	

Dilihat dari tabel 4.14 bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden tanaman *Monstera adansonii* yaitu atribut *trend* dengan rata-rata 4,57. Dapat dikatakan sikap responden mempunyai keyakinan akan kepercayaan bahwa *trend* mengenai tanaman *Monstera adansonii* adalah faktor utama terhadap pembelian tanaman *Monstera adansonii*. Sedangkan atribut yang paling tidak dipertimbangkan oleh responden tanaman *Monstera adansonii* yaitu jumlah daun dengan rata-rata 4,45.

Selanjutnya, menemukan sikap terhadap responden (Ao) dengan cara mengkalikan tingkat kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) terhadap atribut tanaman *Monstera adansonii*. Hasil dari perhitungan tersebut yaitu untuk mengukur sikap terhadap responden tentang atribut tanaman *Monstera adansonii* atau penilaian responden terhadap atribut yang dimiliki oleh tanaman *Monstera adansonii* yang meliputi *trend*, harga, warna daun, jumlah daun, dan ukuran tanaman. Berikut merupakan tabel nilai sikap responden (Ao) terhadap atribut tanaman *Monstera adansonii*:

**Tabel Sikap Responden terhadap Atribut Tanaman Monstera Adansonii**

Atribut Tanaman Monstera Adansonii	Kepercayaan	Evaluasi	Sikap	Peringkat
Trend	4,46	4,57	20,38	I
Harga	4,39	4,48	19,67	III
Warna Daun	4,41	4,47	19,71	II
Jumlah Daun	4,28	4,45	19,05	V
Ukuran Tanaman	4,34	4,47	19,40	IV

Dari tabel 4.15 dapat diketahui sikap responden terhadap atribut tanaman *Monstera adansonii* yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian tanaman *Monstera adansonii* berturut-turut dari yang paling tinggi sampai terendah adalah *trend* sebesar 20.38, warna daun sebesar 19.71, harga sebesar 19.67, ukuran tanaman sebesar 19.40, dan jumlah daun sebesar 19.05. Jika dilihat dari peringkat, semakin besar nilai sikap (Ao) semakin tinggi pula peringkatnya begitu pula seterusnya. Sehingga dari tabel 4.15 menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden dalam pembelian tanaman *Monstera adansonii*, yang menduduki peringkat pertama yaitu *trend*, dilanjutkan oleh peringkat kedua yaitu warna daun, peringkat ketiga yaitu harga, peringkat keempat yaitu ukuran tanaman, dan peringkat kelima yaitu jumlah daun.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai yait tanaman *Monstera adansonii* yang menjadi preferensi konsumen di Kelurahan Pondok Kelapa adalah tanaman *Monstera adansonii* yang *trend* di social media, memiliki harga Rp. 51.000 – Rp. 150.000, berwarna daun hijau, memiliki jumlah daun 7-10, dan memiliki ukuran 21 cm – 50 cm. Berdasarkan hasil uji analisis multiatribut *Fishbein*, atribut yang

paling dipertimbangkan oleh konsumen tanaman *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa berturut-turut adalah *trend*, warna daun, harga, ukuran tanaman, dan jumlah daun.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, terdapat saran-saran yang dapat menjadi pertimbangan, yaitu disarankan bagi universitas untuk dapat menambah informasi sebagai tambahan referensi yang mendukung untuk penelitian terkait preferensi konsumen dan tanaman *Monstera adansonii*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat terus dikembangkan untuk penelitian selanjutnya dengan menambah atribut atau variabel lainnya seperti gaya hidup, gaya hidup atau aktivitas konsumen yang positif dalam merawat tanaman *Monstera adansonii*. Bagi penjual tanaman *Monstera adansonii* diharapkan dapat menyediakan tanaman *Monstera adansonii* sesuai dengan preferensi konsumen.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Damayanti, R. P., & Susanti, A. (2021). ANTESENDEN KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA MASA PANDEMI DI SURAKARTA. JURNAL LENTERA BISNIS, 10(2), 172-181.
- Tyas Luwiyenning, G. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), KESENANGAN, DAN EKSPEKTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS MONSTERA ADANSONII (JANDA BOLONG) DI PONOROGO (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Masruroh, R. (2021). Analisis Peningkatan Nilai Jual Tanaman Hias *Monstera Adansonii* (Janda Bolong) Di Handoyo Budi Orchids, Kabupaten Malang, Jawa Timur Laporan Praktek Kerja Lapangan.
- Anita, A., & Fitri, K. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN UNTUK MENENTUKAN TINGKAT MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH TANAMAN HIAS MENGGUNAKAN METODE SAW. Rang Teknik Journal, 4(1), 199-205.
- Erlangga, E., Yolandari, Y., Thamrin, T., & Puspa, A. K. (2021). Analisis Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Pemilihan Tanaman Hias. Explore: Jurnal Sistem informasi dan telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika), 12(1), 56-71.
- Muhammad, L. M., & IMade, S. (2021). PENERAPAN DAUN MONSTERA SEBAGAI MOTIF PRODUK MEBEL TERAS RUMAH.
- Damayanti, R. P., & Susanti, A. (2021). ANTESENDEN KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA MASA PANDEMI DI SURAKARTA. JURNAL LENTERA BISNIS, 10(2), 172-181.

- Fauzi, M. H., Susilowati, D., & Machfudz, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(3).
- Megasari, D., Khoiri, S., & Zamroni, A. (2021, September). Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery. In *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan* (Vol. 1, No. 1).
- Asnahwati, A. (2021). Prospek Bisnis Tanaman Hias Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Alhuda Bussiness Community Pekanbaru). *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 12(3), 307-313.
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis preferensi konsumen buah jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 19(1).
- Nuryuliani, H., Kassa, S., & Howara, d. Analisis preferensi konsumen terhadap tanaman hias pada toko bunga nurseri krismalin di kota palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 20(2), 124-130.
- Wijayanti, T., Juita, F., & Hadi, A. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema (Studi Kasus Taman Tiga Saudara Vorvo, Samarinda Ulu). *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 18(33), 67-79.
- Dewi, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Tanaman Hias Janda Bolong (*Monstera Adansonii*) Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang (Doctoral dissertation).
- Pracaya dan Kahono. (2018). *Bercocok tanam dalam pot*. Jakarta: PT. Sunda Kelapa Pustaka.
- Kadir, Abdul dan Sigit Suyantoro. (2009). *600 jenis tanaman hias daun*. Yogyakarta: Andi.
- Prihmantoro, Heru. (1997). *Tanaman hias daun*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Hasim, Iin. (2009). *Tanaman hias Indonesia*. Depok: Penebar Swadaya.
- Ratnasari, Juwita. (2008). *Galeri tanaman hias daun*. Depok: Penebar Swadaya.
- Budiana. (2008). *Memupuk tanaman hias*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 159-177.
- Wijayanti, T., Juita, F., & Hadi, A. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema (Studi Kasus Taman Tiga Saudara Vorvo, Samarinda Ulu). *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 18(33), 67-79.