

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian tanaman hias terdiri dari lima tahap, yaitu :
 - (a) tahap pengenalan kebutuhan, di mana manfaat utama yang dicari yaitu sebagai hiasan untuk dinikmati keindahannya (69,23%) dan alasan pembelian karena hobi memelihara tanaman hias (61,33%).
 - (b) tahap pencarian informasi, sumber informasi utama konsumen berasal dari teman (30,09%) dan agen penjual (24,27%). Hal yang menarik perhatian dan menjadi fokus perhatian utama konsumen adalah keunikan (32,07%) dan warna (22,01%) yang dimiliki tanaman hias.
 - (c) tahap evaluasi alternatif, kriteria yang menjadi pertimbangan utama konsumen saat akan membeli tanaman hias yaitu keunikan (28,81%), dan harga tanaman hias (20,34%). Sebagian besar konsumen juga membeli tanaman hias di tempat lain dengan pertimbangan variasi produk yang dimiliki tempat lain (42,59%).
 - (d) tahap keputusan pembelian, konsumen menentukan tempat di mana akan melakukan pembelian tanaman hias. Hampir semua konsumen melakukan pembelian tanaman hias pada *nursery* (86,05%) dengan

alasan lebih murah (39,02%) dan memiliki pelayanan yang baik (27,64%). Pembelian dilakukan konsumen tergantung situasi konsumen (46,67%).

(e) tahap pasca pembelian, sebagian besar konsumen menyatakan puas (89,33%) setelah membeli dan menikmati keindahan tanaman hias dan bersedia melakukan pembelian kembali (81,33%).

2. Faktor-faktor dominan yang menentukan keputusan pembelian tanaman hias di Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dibentuk berdasarkan tiga komponen utama (faktor) berdasarkan nilai *factor loading*. Komponen pertama (tren) terdiri dari tren dan gengsi. Komponen ke dua (eksotisme) terdiri dari warna dan keunikan. Komponen ke tiga (kesesuaian harga) terdiri dari variabel harga dan ukuran tanaman hias.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan bagi pelaku bisnis tanaman hias di Pekalongan, sebaiknya menghasilkan dan menyediakan tanaman hias yang sesuai pertimbangan utama pilihan konsumen, yaitu tanaman hias yang memiliki nilai prestise (gengsi) yang tinggi dan sesuai tren di masyarakat, harus unik, memiliki variasi warna, harga terjangkau, serta produsen senantiasa menambah variasi jenis tanaman agar konsumen tidak mencari di tempat lain.
2. Bagi peneliti lain dapat melakukan penelitian dengan fokus pada salah satu jenis tanaman hias tertentu yang lebih spesifik dan dianggap mewakili tren.