

ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA SEGAR DI PASAR RAKYAT KAYUTANGI KOTA MARTAPURA, KABUPATEN BANJAR

Consumer's Attitude and Behavior Towards the Decision of Fresh Flowers Purchasing in the Kayutangi Public Market in the City of Martapura, Banjar Regency

Norwinda Safitri*, Hairi Firmansyah, Yudi Ferrianta

Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author: windasftrr@gmail.com

Abstrak. Sikap dan perilaku konsumen merupakan hal yang paling mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian, konsumen akan memikirkan mulai dari harga, pelayanan, kualitas hingga fungsi atau kegunaan barang atau produk yang akan dibeli. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sikap dan perilaku konsumen di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *Fishbein* dan analisis *Deskriptif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut dalam bunga segar ini sebesar 115,48 dengan kategori tinggi. Sikap konsumen ditentukan dengan analisis tingkat keyakinan dan tingkat evaluasi pada atribut bunga segar. Terlihat bahwa pada tingkat keyakinan atribut kemenarikan jenis olahan bunga sebagai atribut yang paling bagus/baik dalam kinerjanya dan atribut ketersediaan tempat parkir sebagai atribut yang paling kurang bagus/baik dalam kinerjanya. Terlihat bahwa pada tingkat evaluasi atribut pelayanan sebagai atribut yang paling penting didalam menentukan terhadap penilaian yang dilakukan dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian bunga segar oleh konsumen dan atribut variasi bunga sebagai atribut yang paling tidak penting didalam menentukan terhadap penilaian yang dilakukan dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian bunga segar oleh konsumen. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian diperoleh dari kesimpulan hasil yang sudah di paparkan pada analisis sikap yang masuk dalam kategori tinggi, yang artinya para konsumen memiliki persepsi yang positif, yang artinya konsumen dari bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi, Kota Martapura, Kabupaten Banjar ini akan berperilaku berkemungkinan besar untuk membeli kembali produk bunga segar ini pada saat nanti konsumen membutuhkannya.

Kata kunci: sikap dan perilaku konsumen, pembelian, bunga segar

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan perekonomian di Negara Indonesia saat ini, banyak sekali para pelaku ekonomi atau para produsen – produsen yang ikut meramaikan persaingan pasar. Dalam persaingan pasar banyak dari para pelaku ekonomi yang mengalami kesulitan untuk mengikuti persaingan pemasaran yang saat ini semakin berkembang. Jika para produsen ingin mempertahankan atau ingin semakin mengembangkan usahanya, hal yang harus

dilakukan adalah bersaing dengan baik dan sehat agar tidak kehilangan pasar. Memahami sikap dan perilaku konsumen adalah hal yang sangat penting untuk membuat keinginan produsen tercapai untuk mempertahankan atau ingin semakin mengembangkan usahanya.

Sikap dan perilaku konsumen merupakan hal yang paling mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Disaat konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk, tentu saja anda

sebagai konsumen akan memikirkan terlebih dahulu tentang barang atau produk yang akan anda beli. Konsumen akan memikirkan mulai dari harga, pelayanan, kualitas hingga fungsi atau kegunaan barang atau produk yang akan dibeli. Dalam kegiatan memikirkan, mempertimbangkan dan mempertanyakan tersebut termasuk dalam sikap dan perilaku konsumen.

Kota Martapura, Kabupaten Banjar adalah penghasil terbanyak sektor pertanian di bidang hortikultura tanaman hias dan bunga, Kabupaten Banjar juga adalah sentral dari pemasaran bunga segar.

Adapun data yang di peroleh dari Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Banjar, mengenai keadaan atau hasil panen yang di akumulasi per kecamatan pada tahun 2018 hasil produksi tanaman jenis bunga mawar pertahunnya adalah sebesar 167.215 (tangcai), untuk hasil produksi tanaman jenis bunga melati pertahunnya adalah sebesar 789.680 (kg), hasil produksi tanaman hias pertahunnya adalah sebesar 952.895 (kg). hasil ini didapatkan dari akumulasi pemanenan dalam satu tahun (Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Banjar, 2018)

Dikaitkan dengan yang sudah dipaparkan di atas tentunya di Kabupaten Banjar ini mempunyai banyak persaingan antara produsen – produsen yang memasarkan atau menjual jenis bunga segar kepada konsumen. Salah satu tempat penjualan bunga segar yang ada di Kabupaten Banjar adalah yang berada di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura.

Pasar Rakyat Kayutangi ini menjual tiga jenis olahan bunga segar, yaitu kembang barenteng (bunga yang dirangkai menjadi untaian dengan menggunakan tali rafia atau pelepah pohon pisang), kembang sarai (bunga yang dirangkai menggunakan lidi dan ditusukkan ke batang pohon pisang dan ujungnya di selipkan bunga mawar), dan kembang curah (kumpulan bunga yang tidak dirangkai, akan tetapi dicampur saja pertangkai atau perkelopak).

Berdasarkan hal yang dipaparkan diatas, perlu kiranya untuk dilakukan sebuah analisis penelitian ini, yang berguna untuk mengetahui sikap dan perilaku konsumen yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar; (2) menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Kegunaan penelitian ini adalah: (1) bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengalaman, disamping untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat; (2) bagi produsen, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan yang berkaitan dengan analisis sikap yang berpengaruh pada keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran sebagai usaha untuk meningkatkan pendapatan penjualan; (3) bagi pembaca, penelitian ini dapat bermanfaat untuk nantinya memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mempunyai topik yang sama atau topik yang berkaitan dengan penelitian ini.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Rakyat Kayutangi, Jalan Ahmad Yani KM.40, Cindai Alus, Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dari bulan Februari 2019 sampai dengan bulan Oktober 2019, yaitu dari pembuatan proposal penelitian, pengambilan data, pengolahan data sampai perbuan laporan hasil penelitian.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan menggunakan kuesioner kepada yaitu para pedagang dan konsumen bunga di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar, data tersebut diambil pada bulan Juli 2019.

Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan, Badan pusat Statistik Kabupaten Banjar, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Banjar, dan beberapa jurnal lainnya.

Metode Penarikan Contoh

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar. Dipilih menggunakan *Non Probability Sampling*, memungkinkan peluang seseorang untuk menjadi responden tidak diketahui, dengan teknik *Accidental Sampling*, yaitu dengan cara memperoleh sampel yang kebetulan ditemui atau tersedia berdasarkan siapa saja yang bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar ini sebanyak 100 orang responden.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini dengan cara yaitu menganalisis sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar, dengan menggunakan *Analisis Model Fishbein*.

Analisis Model Fishbein digunakan untuk menentukan sikap konsumen terhadap sebuah obyek, yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada obyek tersebut (Nugroho, 2008: 54). Dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i \quad (1)$$

dengan: A_0 sikap konsumen terhadap bunga segar
 b_i tingkat kepercayaan (belief) konsumen bahwa bunga segar yang dibeli memiliki variabel tertentu variabel ke-i
 e_i tingkat evaluasi (evaluation) konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki bunga segar.

Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar, dengan menggunakan *Analisis Deskriptif*.

Analisis Deskriptif digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar yang dikaitkan dengan analisis sikap konsumen..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Responden terdiri dari responden laki-laki dan perempuan, yang membeli bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar.

Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik konsumen

Karakteristik Konsumen	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	81	81%
- Perempuan	19	19%
Umur Responden		
- 17-25	25	25%
- 26-35	30	30%
- 36-45	28	28%
- >45	17	17%
Jenis Pekerjaan		
- Pelajar/mahasiswa	15	15%
- Pegawai Negeri	13	13%
- Pegawai Swasta	14	14%
- Wirausaha	39	39%
- Lainnya	19	19%
Penghasilan Responden		
- < Rp.500.000	17	17%
- Rp.500.000- Rp.2.000.000	37	37%
- Rp.2.000.000- Rp.3.500.000	25	25%
- Rp.3.500.000- Rp.5.000.000	16	16%
- >Rp.5.000.000	5	5%
Jenis Produk Olahan		
- Kembang Barenteng	68	60%
- Kembang Sarai	20	18%
- Kembang Curah	25	22%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 1 karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, konsumen perempuan lebih dominan daripada konsumen laki-laki, hal ini disebabkan antara lain oleh karena di dalam sebuah

keluarga, perempuan lebih banyak berperan terhadap suatu tindakan pembelian.

Kisaran umur responden yang dominan berumur 17 – 45 hal ini dikarenakan pada sebaran umur tersebut seseorang cenderung sudah memiliki sikap yang matang sehingga memahami segala sesuatu dengan baik. Sedangkan kisaran dibawah 17 tahun dan diatas 45 tahun cenderung menyerahkan transaksi pada yang lebih tua atau muda.

Pekerjaan responden yang dominan adalah wirausaha, hal ini dikarenakan pekerjaan wirausaha memiliki waktu yang tidak terlalu terikat sehingga lebih sering dan mudah untuk berbelanja. Sedangkan untuk jenis pekerjaan yang lain memiliki waktu yang lebih terikat.

Kisaran penghasilan responden yang paling dominan adalah penghasilan sebesar Rp.500.000-Rp.2.000.000, yang artinya para konsumen yang membeli bunga segar dominan mempunyai penghasilan yang tidak terlalu besar, hal ini berbanding sama dengan harga bunga segar yang dijual atau dengan kata lain bunga segar yang dijual memiliki harga yang tidak mahal.

Kembang barenteng adalah keperluan yang paling banyak di butuhkan oleh konsumen karena selain digunakan untuk berziarah kadang juga bisa digunakan pada acara keagamaan, kembang curah juga biasa digunakan untuk kegiatan adat lainnya dan kembang sarai ini biasa digunakan untuk acara adat seperti maulid dan lainnya pada acara keagamaan.

Sikap dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar

Analisis Model Sikap Fishbein. Untuk menganalisis model sikap Fishbein yang mempunyai dua komponen penting pada pengukuran sikap Fishbein. Komponen penting pengukuran sikap Fishbein tersebut yaitu adanya belief / keyakinan dan evaluation / evaluasi yang ada pada diri konsumen terhadap sebuah obyek tertentu.

Belief adalah keyakinan seorang konsumen pada suatu atribut, atau bagaimana konsumen menilai dan mengambil keputusan terhadap pembelian bunga di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura.

Evaluation adalah menentukan seberapa penting atribut yang digunakan dalam penelitian ini, dalam pengambilan keputusan oleh konsumen terhadap pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura.

Analisis Keyakinan (Belief) Konsumen.

Analisis keyakinan (*belief*) diperoleh dengan menganalisa nilai-nilai yang telah diberikan oleh responden atau konsumen bunga segar di pasar rakyat kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar dengan menggunakan analisis model sikap *Fishbein*.

Tahapan analisis data dilakukan dengan melakukan cara menghitung nilai keyakinan konsumen terhadap atribut-atribut yang di simbolkan dengan *b (belief)* dan juga hasil evaluasi konsumen terhadap masing-masing atribut, yang di simbolkan dengan *e (evaluation)*.

Dengan pilihan jawaban pertanyaan yang dimulai dari kategori sangat penting (SP) yang diberi nilai 5 sampai dengan kategori sangat tidak penting (STP) yang diberi nilai 1, maka dapat diperoleh hasil yang dipaparkan terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis nilai keyakinan (*belief*) konsumen terhadap produk bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan

Atribut	Rata-rata
1. Kemenarikan jenis olahan bunga segar	4,06
2. Harga	4,03
3. Pelayanan	4,02
4. Kesegaran bunga	3,93
5. Keharuman bunga	3,76
6. Variasi bunga	3,73
7. Lokasi strategis	3,71
8. Ketersediaan tempat parkir	3,1

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 2 tersebut urutan atribut yang memiliki nilai keyakinan (*belief*) konsumen tertinggi ke yang terendah adalah kemenarikan jenis olahan bunga segar hal ini dikarenakan jenis olahan bunga segar yang dijual lebih beragam jika dibandingkan tempat lain yang menjual olahan bunga segar dimana ada tiga jenis produk bunga segar yang dijual ditempat ini. Urutan nilai atribut selanjutnya adalah harga, konsumen pada

umumnya sebelum membeli suatu produk selain mengutamakan kualitas harga juga menjadi hal yang penting yang dipertimbangkan. Begitu pula dalam membeli bunga segar, konsumen menilai harga bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi ini sangat terjangkau bahkan dapat dikatakan murah. Selanjutnya pelayanan menjadi atribut dengan nilai keyakinan tertinggi ketiga, hal ini disebabkan pelayanan pedagang bunga segar dinilai ramah, sopan dan memuaskan konsumen.

Urutan berikutnya adalah kesegaran bunga hal ini dikarenakan kesegaran bunga yang dijual sebagian besar segar atau tidak layu, namun hanya saja ada sebagian kecil responden mengeluhkan bunga yang kurang segar karena biasanya penjual mencampur bunga segar kemarin dengan bunga yang baru saja di jual hari ini. Nilai atribut keyakinan selanjutnya adalah keharuman bunga hal ini dikarenakan keharuman bunga sudah dinilai cukup harum, hal ini berkaitan dengan kesegaran dari bunga. Setelah atribut keharuman bunga atribut selanjutnya adalah variasi bunga, bunga segar yang dijual beragam, tidak hanya satu jenis bunga seperti bunga melati yang memang merupakan bunga utama dalam setiap pembuatan jenis olahan bunga segar. Akan tetapi banyak variasi bunga seperti bunga kenanga, mawar, kembang sepatu hingga kembang kantil hanya saja ada beberapa variasi yang terkadang tidak lengkap. Urutan nilai atribut keyakinan selanjutnya adalah lokasi yang strategis hal ini dikarenakan adanya perbedaan sudut pandang dikarenakan jarak rumah yang berbeda dan berbarengan dengan keperluan responden masing-masing. Dalam hasil penilaian analisis keyakinan ketersediaan tempat parkir menjadi atribut yang berada di urutan paling rendah. Hal ini dikarenakan tidak tersedianya lahan parkir untuk konsumen, selain itu pedagang bunga segar di Pasar Kayutangi ini berjualan di tepi jalan sehingga konsumen dapat langsung membeli bunga segar tanpa harus memarkir kendaraan hal ini menyebabkan ketersediaan tempat parkir bukan menjadi prioritas bagi konsumen.

Analisis Evaluasi (Evaluation) Konsumen. Analisis evaluasi (*evaluation*) diperoleh dengan cara menganalisa nilai-nilai atribut hasil jawaban para responden atau konsumen produk olahan bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar

dimulai dari pilihan Sangat Penting (SP) nilai 5 hingga Sangat Tidak Penting (STP) nilai 1.

Berikut saya sajikan nilai hasil evaluasi konsumen terhadap masing-masing atribut yang dinilai dalam analisa evaluasi (*evaluation*). Terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil analisis nilai evaluasi (*evaluation*) konsumen terhadap produk bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan

Atribut	Rata-rata
1. Pelayanan	4,21
2. Kesegaran bunga	4,03
3. Harga	3,95
4. Lokasi strategis	3,91
5. Ketersediaan tempat parkir	3,64
6. Kemenarikan jenis olahan bunga segar	3,57
7. Keharuman bunga	3,56
8. Variasi bunga	3,5

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 3 tersebut urutan atribut yang memiliki nilai evaluasi (*evaluation*) konsumen tertinggi ke yang terendah adalah atribut pelayanan, hal ini dikarenakan atribut pelayanan adalah atribut yang sangat penting bagi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar karena dengan pelayanan yang baik maka konsumen akan lebih nyaman dan tidak akan meninggalkan kesan yang jelek bagi penjual. Urutan nilai atribut selanjutnya adalah kesegaran bunga hal ini dikarenakan kesegaran bunga juga adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar, karena kualitas bunga yang segarlah yang akan dipilih oleh konsumen. Selanjutnya adalah atribut harga, atribut harga juga adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar karena selain mengutamakan kualitas, konsumen tentunya juga mempertimbangkan dari segi harga dalam menentukan pengambilan keputusan untuk membeli bunga segar.

Nilai atribut evaluasi selanjutnya adalah lokasi yang strategis dalam hal ini lokasi yang strategis adalah hal yang tidak terlalu penting bagi konsumen dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian bunga segar, karena menurut responden jika aspek yang terpenting selain lokasi yang strategis ini sudah terpenuhi,

lokasi yang strategis ini tidak terlalu berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian bunga segar. Urutan nilai atribut evaluasi selanjutnya adalah ketersediaan tempat parkir hal ini dikarenakan ketersediaan tempat parkir adalah hal yang tidak terlalu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar terlihat dari tempat penjualan bunga segar yang berada tepi jalan saja sehingga dapat memungkinkan konsumen untuk langsung membeli bunga segar tanpa harus terlebih dahulu memarkirkan kendaraannya. Urutan selanjutnya adalah kemenarikan jenis olahan bunga segar hal ini dikarenakan kemenarikan jenis olahan bunga segar adalah hal yang tidak terlalu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar karena menurut konsumen kualitas kesegaran dari bunga segar jauh lebih mereka tekankan dari pada kemenarikan jenis olahannya hal ini berkaitan dengan kepentingan mereka membeli untuk urusan adat istiadat atau acara keagamaan. Urutan nilai atribut evaluasi selanjutnya adalah keharuman bunga hal ini dikarenakan keharuman bunga adalah hal yang tidak terlalu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar. Urutan nilai atribut evaluasi selanjutnya yang mendapatkan nilai terendah adalah variasi bunga hal ini dikarenakan variasi bunga adalah hal yang tidak terlalu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian bunga segar, konsumen merasa dengan variasi bunga yang tidak banyak yaitu dua atau tiga seperti bunga melati, mawar dan kenanga itu sudah cukup.

Analisis Sikap Konsumen. Berdasarkan hasil penelitian analisis sikap dengan menggunakan hasil dari analisis nilai keyakinan dan analisis nilai evaluasi maka diperoleh nilai sikap fishbein, nilai dari analisis sikap konsumen diperoleh dari hasil perkalian skor analisis evaluasi (e) dan skor analisis keyakinan (b).

Sesuai dengan semua atribut yang ada didalam penelitian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar yang mana atribut tersebut adalah atribut harga, atribut pelayanan, atribut variasi bunga, atribut keharuman bunga, atribut kesegaran bunga, atribut kemenarikan jenis olahan bunga segar, atribut lokasi yang strategis, dan atribut ketersediaan tempat parkir.

Saya sajikan untuk lebih jelasnya dapat terlihat hasil dari nilai sikap konsumen dalam

pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai sikap konsumen dalam pembelian bunga segar

Atribut	Keyakinan (b)	Evaluasi (e)	Fishbein (b x e)
-Harga	4,03	3,95	15,91
-Pelayanan	4,02	4,21	16,92
-Variasi bunga	3,73	3,5	13,05
-Keharuman bunga	3,76	3,56	13,38
-Kesegaran bunga	3,93	4,03	15,86
-Kemenarikan jenis olahan bunga segar	4,06	3,59	14,57
-Lokasi strategis	3,71	3,91	14,50
-Ketersediaan tempat parkir	3,1	3,64	11,28
Jumlah			115,48

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Untuk menghitung rentang skala sikap akan diambil nilai tertinggi pada penelitian bunga segar ini, oleh karena itu di tingkat keyakinan (sangat yakin) pada penelitian bunga segar ini nilai skor nya adalah lima, penghitungan lebih jelasnya terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penentuan skala maksimum fishbein

Atribut	Keyakinan (b)	Evaluasi (e)	Fishbein (b x e)
-Harga	5	3,95	19,75
-Pelayanan	5	4,21	21,05
-Variasi bunga	5	3,5	17,5
-Keharuman bunga	5	3,56	17,8
-Kesegaran bunga	5	4,03	20,15
-Kemenarikan jenis olahan bunga segar	5	3,59	17,95
-Lokasi strategis	5	3,91	19,55
-Ketersediaan tempat parkir	5	3,64	18,5
Jumlah			151,95

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Setelah mendapatkan nilai skala maksimum fishbein, didapatkan hasil sebanyak yaitu 151,95 yang dimana ini adalah skor tertinggi yang menjadi patokan untuk menentukan besarnya

interval atau rentang skala, yang didalam ini terbagi menjadi lima kategori, yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Tabel 6. Rentang skor nilai sikap total

Skor	Kategori
0- 30,39	Sangat rendah
30,38 - 60,78	Rendah
60,77 – 91,17	Sedang
91,16 – 121,56	Tinggi
121,57 – 151,95	Sangat tinggi

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Nilai sikap fishbein pada pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi, Kota Martapura, Kabupaten Banjar adalah dengan nilai 115,48.

Diperoleh untuk nilai maksimal interval atau rentang skala dengan nilai 151.95 dengan menghitung terlebih dahulu dilakukan penentuan Skala Maksimum Fishbein. Maka diperoleh nilai sikap fishbein pada pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi, Kota Martapura, Kabupaten Banjar adalah 115,48.

Artinya nilai tersebut masuk dalam rentang skala skor 91.16 – 121.56 yang masuk dalam kategori tinggi. Kategori tinggi ini dapat diartikan bahwa sikap konsumen dalam menilai penjualan produk bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar ini adalah baik atau bagus. Artinya para konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap penjualan produk bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Analisis Perilaku Konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian diperoleh dari kesimpulan hasil yang sudah di paparkan pada analisis sikap para konsumen, yang hasilnya yaitu konsumen memiliki persepsi yang tinggi terhadap penjualan produk bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Dengan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap bunga segar berdasarkan hasil penilaian dari analisis sikap mendapatkan hasil yang positif, yang artinya konsumen dari bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi, Kota Martapura, Kabupaten Banjar ini akan

berkemungkinan besar untuk membeli kembali produk bunga segar ini pada saat nanti konsumen membutuhkannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Urutan nilai keyakinan (*belief*) konsumen terhadap produk olahan bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar adalah kemenarikan jenis olahan bunga, harga, pelayanan, kesegaran bunga, keharuman bunga, variasi bunga, lokasi yang strategis, dan ketersediaan tempat parkir.
2. Urutan nilai evaluasi (*evaluation*) konsumen terhadap produk olahan bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar adalah pelayanan, kesegaran bunga, harga, lokasi yang strategis, ketersediaan tempat parkir, kemenarikan jenis olahan bunga segar, keharuman bunga, dan variasi bunga.
3. Nilai sikap fishbein pada pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi, Kota Martapura, Kabupaten Banjar adalah 115,48, nilai tersebut masuk dalam rentang skala skor 91.16 – 121.56 yang masuk dalam kategori tinggi yang artinya perilaku konsumen yang membeli bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar, terhadap keputusan pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi positif dan berkemungkinan besar untuk membeli kembali produk bunga segar ini pada saat nanti konsumen membutuhkannya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disarankan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan persepsi dalam sikap konsumen terhadap pembelian bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, maka perlu memperbaiki skor nilai pada atribut-atribut pada analisis keyakinan yang skornya lebih rendah dari pada analisis evaluasi, adalah atribut pelayanan, atribut kesegaran bunga, atribut lokasi yang strategis dan atribut ketersediaan tempat parkir dan untuk yang mengurangi kinerjanya untuk atribut analisis keyakinan

nilainya lebih besar dari nilai analisis evaluasi, adalah atribut harga, atribut variasi bunga, atribut keharuman bunga dan atribut kemenarikan jenis olahan bunga. Hal itu dilakukan agar penjualan bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura Kabupaten Banjar lebih efisien.

2. Penjualan bunga segar di Pasar Rakyat Kayutangi kota Martapura sebaiknya menjalin kerjasama dengan dinas terkait, tujuannya agar bisa lebih inovatif dengan beragamnya pengetahuan yang akan didapat dari dinas terkait, sehingga juga dapat menambah pemasaran yang lebih luas dan sehingga akan menambah penilaian yang baik terhadap persepsi sikap dan perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Banjar. 2019. *Data Akumulasi Pemanenan Hasil Produksi Tanaman Jenis Bunga Hias tahun 2018*. Banjar
- Nugroho, J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan III*. Prenada Media Group, Jakarta