

ABSTRAK

ANDREAS JUAN AVELINO. *Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jengger Ayam Pada PT Bina Usaha Flora di Jawa Barat.* Dibimbing oleh DANY JUHANDI dan NATALIA LUSIANINGSIH SUMANTO

Tanaman hias adalah jenis tanaman yang dibudidayakan di dalam ataupun di luar ruangan dan memberikan kesan keindahan. Salah satu jenis tanaman hias yang dibudidayakan di luar ruangan terutama di PT BUF adalah jengger ayam (*celosia* sp.). Penjualan *celosia* mengalami penurunan signifikan dari tahun ke tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor segmentasi pasar dan bauran pemasaran yang diperlukan dalam meningkatkan penjualan *celosia* di PT BUF dengan jumlah sample sebanyak 30 orang. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dengan menggunakan Excel sebagai alat bantu dalam pengolahan data. Berdasarkan faktor segmentasi geografis, dapat disimpulkan bahwa keterjangkauan tempat menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli *celosia*. Sementara itu, berdasarkan faktor bauran pemasaran, khususnya aspek produk (*product*), warna bunga yang berpotensi untuk ditingkatkan produksinya adalah *celosia* warna merah daun merah. Selain itu, penggunaan pot dapat dipertimbangkan sebagai variasi wadah, karena ada beberapa konsumen yang menyukainya. Karakteristik produk *celosia* yang perlu diperhatikan adalah warna bunga, kemekaran bunga, warna daun, dan tinggi tanaman. Berdasarkan faktor *price* (harga) maka harga *celosia* merupakan hal yang paling utama dipertimbangkan dalam pembelian *celosia*, hasil penelitian menunjukkan bahwa kisaran harga yang diterima konsumen untuk *celosia* dalam polybag yaitu Rp5000 – Rp5900 dan untuk *celosia* dalam pot yaitu Rp9000 – Rp9900. Untuk *promotion* (promosi) penggunaan media sosial Instagram dapat ditingkatkan lagi dalam memperkenalkan *celosia* kepada konsumen dan calon konsumen dengan menyajikan konten yang menarik agar dapat mencuri perhatian dari konsumen. Berdasarkan faktor *place* (tempat) maka dapat dilakukan peningkatan terhadap kualitas produk dan layanan untuk menjaga kenyamanan konsumen yang datang.

Kata kunci: Segmentasi Pasar, Bauran Pemasaran, *Celosia*

ABSTRACT

ANDREAS JUAN AVELINO. *Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jengger Ayam Pada PT Bina Usaha Flora di Jawa Barat.* Dibimbing oleh DANY JUHANDI dan NATALIA LUSIANINGSIH SUMANTO

Ornamental plants are types of plants that are cultivated indoors or outdoors and give the impression of beauty. One type of ornamental plant that is cultivated outdoors, especially at PT BUF, is the cockscomb (celosia sp.). Celosia sales have decreased significantly from year to year. The purpose of this study was to determine the market segmentation factors and marketing mix needed to increase celosia sales at PT BUF with a sample size of 30 people. The method applied in this study is descriptive analysis, using Excel as a tool in data processing. Based on the geographic segmentation factor, it can be concluded that accessibility is one of the consumer considerations in buying celosia. Meanwhile, based on the marketing mix factor, especially the product aspect, the flower color that has the potential to increase its production is red celosia with red leaves. In addition, the use of pots can be considered as a variation of the container, because there are some consumers who like it. The characteristics of celosia products that need to be considered are flower color, flower bloom, leaf color, and plant height. Based on the price factor, the price of celosia is the most important thing to consider in purchasing celosia, the results of the study showed that the price range accepted by consumers for celosia in polybags is IDR 5,000 - IDR 5,900 and for celosia in pots is IDR 9,000 - IDR 9,900. For promotion, the use of Instagram social media can be increased again in introducing celosia to consumers and potential consumers by presenting interesting content in order to steal the attention of consumers. Based on the place factor, improvements can be made to the quality of products and services to maintain the comfort of consumers who come.

Keywords: *Market Segmentation, Marketing Mix, Celosia*