

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap PT Bina Usaha Flora, diperoleh beberapa kesimpulan berikut ini.

1. Segmentasi konsumen PT Bina Usaha Flora merupakan masyarakat dengan jenis kelamin laki-laki berusia 20-30 tahun, berlokasi di sekitar perusahaan seperti Cipanas, berpendidikan terakhir SMA, mayoritas memiliki usaha kebun dengan pendapatan Rp2.000.000-Rp3.000.000, berstatus sudah menikah dengan jumlah anggota keluarga 2–3 orang, serta memiliki gaya hidup yang gemar dengan bunga.
2. Preferensi Konsumen terhadap bauran pemasaran untuk penjualan celosia:
 - a. Produk: Variasi warna bunga merupakan hal penting bagi konsumen celosia PT Bina Usaha Flora dalam melakukan pembelian dengan warna yang paling diminati oleh konsumen adalah merah daun merah. Kualitas produk merupakan variabel yang peran sangat penting, mayoritas konsumen menganggap citra merek penting dalam usaha tanaman hias.
 - b. Harga: Harga terhadap keputusan pembelian memiliki peran penting bagi konsumen celosia PT Bina Usaha Flora dalam melakukan pembelian dengan harga celosia Rp5.000-Rp5.900 per polybag dan harga celosia Rp9.000-Rp9.900 per pot. Diskon terhadap harga merupakan salah satu peran yang sangat penting bagi konsumen celosia PT Bina Usaha Flora dalam melakukan pembelian.
 - c. Promosi: Promosi terhadap keputusan pembelian merupakan aspek yang sangat penting bagi konsumen celosia dalam proses pembelian, sumber informasi yang diperoleh konsumen untuk menyampaikan produk PT BUF adalah instagram serta referensi dari lingkungan luar, dan untuk konten yang disukai oleh konsumen celosia PT BUF adalah video.
 - d. Tempat: Konsumen celosia PT BUF lebih memilih pembelian langsung ke PT BUF dan frekuensi konsumen membeli celosia dalam sebulan adalah 1-2 kali.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap PT Bina Usaha Flora, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan penjualan celosia PT Bina Usaha Flora, yaitu:

1. Menambah jumlah produksi celosia merah daun merah
2. Menggunakan instagram sebagai media untuk memberikan informasi terhadap celosia
3. Menyediakan produk celosia kemasan pot karena beberapa konsumen menyukainya

4. Membuat konten promosi yang dapat menarik minat konsumen
5. Menjaga kualitas tanaman hias celosia