

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Edelweis Florist Surabaya. Berdasarkan temuan penelitian, pembahasan, serta tanggapan dari 153 responden yang dipilih melalui metode purposive sampling, serta data yang diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara Kualitas Produk dan harga yang tepat memberikan kontribusi nyata dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Dengan kata lain, kombinasi strategi harga yang tepat dan kualitas produk yang baik mampu menjelaskan secara signifikan variasi keputusan pembelian konsumen pada Edelweis Florist Surabaya.
2. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Harga yang dinilai sesuai dengan kualitas produk menciptakan persepsi nilai yang seimbang di benak konsumen. Dengan demikian, strategi harga yang tepat dapat meningkatkan daya tarik dan mendorong konsumen untuk membeli produk di Edelweis Florist Surabaya.
3. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap citra Edelweis Florist Surabaya baik dari segi reputasi, kualitas layanan, maupun keunikan produk maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Saran penelitalain sesuai hasil pembahsan dan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran atas berikut

1. Bagi Edelweis Florist Surabaya

1. Mengintegrasikan harga dan kualitas sebagai strategi pemasaran. Harga yang terjangkau akan semakin kuat dampaknya bila diiringi dengan produk berkualitas tinggi. Oleh karena itu, manajemen perlu menyeimbangkan kedua aspek ini secara strategis agar konsumen semakin loyal
2. Mempertahankan strategi harga yang sesuai dengan kualitas produk. Harga harus tetap kompetitif dan sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan agar konsumen merasa mendapatkan nilai yang layak dari pembelian.
3. Meningkatkan kualitas produk bunga. Kesegaran bunga, ketahanan produk, dan variasi desain perlu terus diperhatikan dan ditingkatkan karena kualitas produk terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian di wilayah lain guna mengetahui apakah hasil yang sama berlaku pada pasar berbeda.
2. Penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain seperti promosi digital, pelayanan pelanggan, atau kepercayaan konsumen, yang juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian.