

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang paling menentukan kepuasan pelanggan di Shanum Florist. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif, khususnya melalui media sosial, dinilai mencerminkan profesionalisme dan perhatian pihak toko. Hal ini menciptakan rasa nyaman, dihargai, serta memperkuat pengalaman belanja yang menyenangkan, sehingga kepuasan pelanggan tidak hanya terbentuk dari produk yang diterima, tetapi juga dari kualitas pelayanan.
2. Kualitas produk dinilai baik oleh pelanggan dari aspek kesegaran, keindahan, dan daya tahan bunga. Temuan ini memperlihatkan bahwa Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan karena bunga memiliki daya tahan terbatas dan cepat layu, sehingga kepuasan pelanggan bersifat sementara. Selain itu, pembelian bunga lebih didorong oleh faktor emosional dan simbolik daripada kualitas fisik produk, sehingga meskipun produk dinilai baik, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan tidak terlalu kuat.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama karena mayoritas konsumen Shanum Florist berasal dari kelompok berpenghasilan rendah. Harga yang dianggap wajar, terjangkau, dan sepadan dengan manfaat bunga mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Sebaliknya, harga yang dinilai terlalu tinggi dapat menurunkan kepuasan meskipun produk yang ditawarkan berkualitas baik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengambilan keputusan di masa mendatang. Adapun saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Toko Bunga Segar Shanum Florist memaksimalkan kualitas produk sebagai faktor dasar dalam membentuk kepuasan pelanggan. Meskipun pelanggan telah menilai bunga yang ditawarkan memiliki kualitas baik, inovasi tetap diperlukan agar produk tidak hanya memenuhi standar kesegaran dan keindahan, tetapi juga memberikan nilai tambah yang mampu membedakan Shanum Florist dari pesaing. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penambahan variasi rangkaian bunga, peningkatan teknik pengemasan, serta penyediaan layanan personalisasi sesuai kebutuhan pelanggan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain di luar kualitas layanan, kualitas produk, dan persepsi harga, seperti citra merek,

pengalaman berbelanja, atau loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi maupun moderasi. Hal ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga hasil penelitian dapat menjadi acuan yang lebih kaya dan aplikatif bagi pengembangan strategi bisnis Shanum Florist maupun usaha sejenis.