

BAB VI

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada toko tanaman hias Bitu. Hasil regresi untuk variabel kualitas produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,030 dengan t tabel sebesar 2,012, signifikansi variabel kualitas produk terhadap variabel terkait yaitu keputusan pembelian sebesar $0,004 < 0,05$. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3,030 > 2,012$) dan signifikansi $0,004 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.
2. Secara parsial, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada toko tanaman hias Bitu. Hasil regresi untuk variabel harga menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,503 dengan t tabel sebesar 2,012, signifikansi variabel harga terhadap variabel terkait yaitu keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,503 > 2,012$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak.
3. Secara parsial, variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada toko tanaman hias Bitu. Hasil regresi untuk variabel lokasi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,823 dengan t tabel sebesar 2,012, signifikansi variabel lokasi terhadap variabel terkait yaitu keputusan pembelian sebesar $0,075 > 0,05$. Karena nilai t hitung $<$ t tabel ($1,824 < 2,012$) dan signifikansi $0,075 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan H0 diterima.
4. Variabel kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada toko tanaman hias Bitu. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar daripada f tabel ($27,418 > 2,81$) dan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil

dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak toko tanaman hias Bitu disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas tanaman hias yang dijual khususnya bunga krisan. Peningkatan kualitas produk akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen dan menjadi salah satu kunci dalam menciptakan kepuasan serta loyalitas konsumen.
2. Harga merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian bunga krisan di toko tanaman hias Bitu. Oleh karena itu, pihak toko perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan serta mempertimbangkan daya beli konsumen. Penetapan harga yang tepat akan memberikan persepsi nilai yang baik bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan keyakinan mereka dalam melakukan pembelian.
3. Variabel lokasi dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan di Toko Tanaman Hias Bitu. Namun, pihak toko tetap perlu memperhatikan kenyamanan lokasi usaha, kemudahan akses, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti menyediakan tempat duduk untuk menunggu dan area parkir yang memadai. Upaya tersebut penting dilakukan untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian di lokasi dan konteks yang berbeda dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 166–172. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.66>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(03). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprilliyah, W. D., Irawati, W., & Santoso, R. P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(11), 69–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i11.6944>
- Astiti, A. (2021). Morfologi Trikoma Mahkota dan Kelopak Beberapa Varietas Bunga Krisan (*Chrysanthemum morifolium* Ramat.). *Journal of Biology and Applied Biology*, 4(2), 87–95. <https://doi.org/10.21580/ah.v3i1.6861>
- Aurelia, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kem Chicks PIK. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(2), 34–46.
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1336>
- Azizah, N. M., Riptanti, E. W., & Khomah, I. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(5), 412–421. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i5.1479>
- Berliana, S., & Afrizal, R. (2025). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Fianda Coffe And Eatery). *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 10(1), 271–283.
- BPS, B. P. S. (2025). *Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis Tanaman, 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VEd4alYzcHFaaKJwVUHQIVVNTNjbEZqVGtKb1FUMDkjMw==/produksi-tanaman-hias-menurut---jenis-tanaman--2024.html?year=2024>

- Chalavy, L. S., & Amir, F. (2025). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Kualitas, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanamasa. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(3), 202–209. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i3.116>
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality, Products Quality, and The Price on Nano Store Consumers' Loyalty. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 1(2), 59–69. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Dewanti, S. R., & Yuniarti, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Surabaya Cabang Mulyosari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–17.
- Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fauzia Kamila, S., Trimio, L., Raya, J., & Km, B.-S. (2022). *Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tanaman Hias Kaktus Melalui Pemasaran Online Di Cacti Heaven Bandung* (Vol. 8, Number 2).
- Febriani, A. K., Hidayat, W., & Endang, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rotiboy Paragon Semarang (Studi Pada Mahasiswi FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Ferdinand, F., Saputra, M. H., Tan, F., Favian, L., & Tio, M. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mixue di The Hok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 323–335. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1589>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. (2019). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 228–243. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima>

- Hasanah, N., & Lubis, S. (2017). Analisis Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada CV.Paris Garden Medan. *Jurnal Plans: Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis*, 12(1), 13–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.24114/plans.v12i1.9564>
- Hutagalung, K. Y. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang* [Skripsi]. Universitas Medan Area.
- Indrajati, S. B., Saputro, L. D., & Yuniar, A. R. (2023). *Panduan Teknis Budidaya Krisan Potong*. Pertanian Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2).
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 21(2), 98–110. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v21i2.9326>
- Khoiriyah, R., & Budi Utomo, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Wadungasri Sidoarjo). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3).
- Maharani, A. N. R., & Alam, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Manao, L. J., Budisaptorini, A. T., & Johanes Pungky D.H. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Bulukerto, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu). *Jurnal BisTek Pertanian Agribisnis Dan Hasil Pertanian*, 11(2), 22–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.37832/bistek.v10i2.69>
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). *Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern*. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/index>
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang

- Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1, 63–76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.7>
- Nurhandayani, R., Setiyawan, H., & Setiadi, A. (2025). *Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias di Plantastic Garden, Kota Tangerang Selatan*. *Development Strategy of Ornamental Plant Business in Plantastic Garden, South Tangerang City*. 11(2), 2735–2750.
- Octaviani, E. A., Setiadi, R., & Syaifullah, M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Buket Bunga. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 300–314. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.893>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (A. Karim, Ed.). PT. Nas Media Indonesia.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. 18(1), 41–53.
<https://doi.org/10.25134/equi.v18i01>
- Pratama, G. A., Rizal, A. N., Djayanti, D. D., & Rahmah, S. Y. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Usaha tani Bunga Krisan (*Chrysanthemum*) Di Desa Cikanyere Kecamatan Sukaesmi Kabupaten Cianjur. *Agrita*, 7(1), 60–76.
- Pristiawan, H. E., Mariah, & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Granat Malang Indah. *NMaR Nobel Management Review*, 3(1), 52–63.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2865>
- Putri, N. V., Sujono, & Sadiyah, F. N. (2025). Faktor Pendorong Terjalinnnya Kemitraan Antara Petani dengan Wanatani di Kecamatan Kranggan Kabupaten Temanggung. *Watani*, 5, 26–37.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51574/jip.v5i1.367>
- Rismaeka, N., & Susanto. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Kitchen Cafe. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(4), 267–278.
- Rohayanita, U. (2019). *Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Produktivitas Usaha Batu Bata Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
- Safitri, T., Rahmawati, T., Wafidah, S. M., Mu'tmainah, T. A., & Rendra, E. R. (2024). Analisis Potensi Pemanfaatan Flora Lokal Dalam Bisnis Florist Studi: Gisyta Florist Di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 6(2).

- Saliem, J. V. D., & Priyowidodo, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Roti Bakar 88 Pasar Lama Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Sarastila, C., Pertiwi, V. A., & Kustanti, A. (2021). Model Penerimaan Teknologi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman Hias Melalui E-commerce Saat Pandemi Covid-19 Technology Acceptance Model and Customer's Trust Toward Intention to Purchase Ornamental Plants Through E-Commerce During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2), 13.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikolog*, 8(1), 147–155.
- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476–1486.
- Sinta, S., Tahris, J. P., & Ramba, D. (2025). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Puskesmas Rantetayo. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1376–1387. <https://doi.org/10.60036/jbm.623>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 1st ed.). Alfabeta.
- Wajong, P. M. V., & Pioh, D. D. (2020). Benetifs Of Organic Mulse On Growth Crisan Ornamental Plants (Chrysanthemum sp.) Manfaat Mulsa Organik Terhadap Pertumbuhan Tanaman Hias Krisan (Chrysanthemum sp.). *Jurnal Agroekoteknologi Terapan*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35791/jat.v1i1.33982>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0- Edisi Indonesia* (M. Pradana, Ed.; 1st ed.). CV Eureka Media Aksara.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. PT Kimshafi Alung Cipta.