

RINGKASAN

Nurul Rizky Hasanuddin (08320210059). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Fresh Flowers di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Toko Fresh Flowers By Khansa). Dibawah bimbingan Ibu Nuraeni dan Ibu Rismaladewi Maskar.

Indonesia memiliki keanekaragaman flora yang sangat kaya dengan potensi ekonomi besar terutama di sektor florist yang berkembang pesat, seperti toko Flowers by Khansa di Makassar yang mencatat penjualan tertinggi untuk bunga Aster dan terendah pada bunga Pikok untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perlu dilakukan strategi pemasaran yang efektif, persepsi harga yang sesuai dengan kualitas, serta pelayanan yang baik, bunga merupakan tanaman yang memiliki keindahan yang dapat membuat orang menyukai dan menyenangkannya. Salah satu bentuk inovasi dalam usaha tanaman hias, khususnya bunga adalah rangkaian bunga atau bucket bunga. Buket bunga adalah salah satu bentuk seni yang menggambarkan kreatifitas atau mengekspresikan emosi manusia yang tidak dapat diungkap dengan kata-kata. Selain itu, bunga juga dapat menyegarkan jiwa dan pikiran bagi perangkai maupun penikmatnya.

Tujuan penelitian adalah : (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa, (2) Mengidentifikasi jenis bunga yang di jual pada Toko Fresh Flowers By Khansa, (3) Menganalisis kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa, (4) Menganalisis pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa (5) Menganalisis promosi yang dilakukan pada Toko Fresh Flowers By Khansa, (6) Menganalisis persepsi konsumen terhadap harga pada Toko Fresh Flowers By Khansa, (7) Menganalisis kualitas pelayanan pada Toko Fresh Flowers By Khansa. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar pada konsumen Toko Flowers By Khansa, dilaksanakan selama 3 bulan, yaitu Mei-Juli 2025. Penentuan sampel menggunakan Rumus Lemeshow dengan jumlah sampel 67 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis uji instrument, analisis uji varians dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan (56,71%), dan berpendidikan terakhir SMA (65,6%). Kebanyakan konsumen memiliki pendapatan di bawah Rp 1.000.000 (68,6%) dan frekuensi

pembelian rata-rata 2 kali, (2) Toko menyediakan 6 jenis bunga utama yaitu Mawar, Aster, Pikok, Gerbera, Gompi, dan Aster Puma dengan harga yang terjangkau antara Rp 6.000 hingga Rp 12.000 per tangkai, (3) Promosi yang dilakukan cenderung berada pada kategori netral, dengan frekuensi dan waktu promosi dianggap kurang optimal. Kualitas dan kesesuaian promosi dengan sasaran masih dapat ditingkatkan agar lebih menarik perhatian konsumen, (4) Persepsi harga konsumen tergolong setuju bahwa harga produk terjangkau, sesuai kualitas, dan bersaing di pasar. Persepsi harga ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (5) Kualitas pelayanan secara keseluruhan termasuk keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati masuk kategori setuju. Konsumen menilai pelayanan karyawan ramah dan profesional, meskipun aspek keandalan masih memerlukan perbaikan konsumen menunjukkan tingkat kepuasan yang netral hingga setuju terhadap produk dan pelayanan. Produk dan layanan mendapatkan penilaian positif yang memadai dari konsumen, (7) Ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 80,8%. Secara serempak, ketiga variabel juga berpengaruh signifikan, dimana persepsi harga mempunyai pengaruh terbesar.

Kata Kunci : Fresh Flowers., Promosi., Persepsi Harga., Kualitas Pelayanan., Kepuasan Konsumen