

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk karangan bunga di Zakia Florist Bangkalan. Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena menurunnya pembelian produk karangan bunga sebagai dampak dari kebijakan efisiensi pengeluaran, yang menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dalam mempertimbangkan kesesuaian harga dan kualitas produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini pelanggan Zakia Florist Bangkalan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan kriteria responden Konsumen Zakia Florist Bangkalan dan pernah Membeli Produk Zakia Florist Bangkalan dengan Frekuensi Pembelian 1 kali – 5 kali. Alat atau *instrument* pengumpulan data berupa kuesioner dirancang menggunakan skala likert yang dikembangkan berdasarkan definisi operasional variabel dan disusun berdasarkan beberapa kajian literatur serta hasil-hasil penelitian terdahulu serta relevan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui Google Form.

Hipotesis penelitian terdiri atas hipotesis deskriptif dan hipotesis asosiatif. Selanjutnya untuk menguji kedua hipotesis tersebut digunakan alat analisis statistik deskriptif untuk menguji hipotesis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis asosiatif. Pengolahan data penelitian yang digunakan untuk melakukan uji hipotesis menggunakan perangkat lunak (*software*) SPSS versi 25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian termasuk dalam kategori baik. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian,

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study conduct to examine and analyze the effect of Price and Product Quality on Purchasing Decisions for flower arrangement products at Zakia Florist Bangkalan. The research motivated by a decline in the purchase of flower arrangements as a consequence of expenditure efficiency policies, leading consumers to become more selective in assessing the suitability of product prices and quality before making purchasing decisions.

The population of this study comprise customers of Zakia Florist Bangkalan. The samples determine using a purposive sampling technique, with the criteria that respondents have previously purchased Zakia Florist products between one and five times. Data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms.

The questionnaire develope using a Likert scale based on the operational definitions of the research variables and supported by relevant theories and previous studies. This study employed both descriptive and associative hypotheses. Descriptive statistical analysis was used to test the descriptive hypothesis, while multiple linear regression analysis was applied to examine the associative hypotheses. All data were processed and analyzed using IBM SPSS Statistics version 25.

The results of the study indicate that the variables Price, Product Quality, and Purchasing Decision are included in the good category. The partial test results indicate that the Price variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The simultaneous test results indicate that the Price and Product Quality variables together have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision.