

---

## Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Permintaan Jasa Sewa Karangan Bunga Pada Edelweis Florist Pariaman

Sri Mulyani

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Barat,  
[srizahirazulaikha@gmail.com](mailto:srizahirazulaikha@gmail.com)

### **Abstract**

*Edelweis Florist Pariaman Flower Shop is one of the companies engaged in the demand for flower arrangement services in Pariaman Tengah Alai Gelombang District. The purpose of this study was to determine whether product quality, price and product design affect the demand for Edelweis Florist flower arrangement rental services. This research was conducted at Karangan Bunga Edelweis Florist Pariaman which is located at Jl. Sudirman. No. 2, Alai Gelombang Village, Pariaman Tengah District, Pariaman City. The population is all consumers who have rented flower arrangements at Edelweis Florist Pariaman while the sample is 96 people. The results of this study are that the product quality variable has a significant effect on the decision to request flower arrangement rental services at Edelweis Florist Pariaman. The price variable has a significant effect on the decision to request flower arrangement rental services at Edelweis Florist Pariaman. Product design has a significant effect on the decision to request flower arrangement rental services at Edelweis Florist Pariaman. Simultaneously, the product quality, price and product design variables have a significant effect on the decision to request flower arrangement rental services at Edelweis Florist Pariaman. The product quality, price and product design variables have a joint contribution of  $(0.374 \times 100\%) = 37.4\%$  to the dependent variable, namely the decision to request flower arrangement rental services at Edelweis Florist Pariaman, while the rest  $(100\% - 37.4\%) = 62.6\%$  of the demand decision is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Product quality, Price, Product Design and Demand Decisions*

### **Abstrak**

Toko karangan Bunga Edelweis Florist Pariaman merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang permintaan jasa karangan bunga di Kecamatan Pariaman Tengah Alai Gelombang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh pada permintaan jasa sewa karangan bunga Edelweis Florist. Penelitian ini dilakukan di Karangan Bunga Edelweis Florist Pariaman yang beralamat di Jl. Sudirman. No 2 Kelurahan Alai Gelombang Kec. Pariaman Tengah Kota Pariaman. populasinya adalah seluruh konsumen yang telah menyewa karangan bunga di Edelweis Florist Pariaman sedangkan sampel sebanyak 96 orang. Hasil penelitian ini adalah Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Desain

produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan Jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. variabel kualitas produk, harga dan desain produk mempunyai kontribusi bersama-sama sebesar  $(0,374 \times 100\%) = 37,4\%$  terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman sedangkan sisanya  $(100\% - 37,4\%) = 62,6\%$  keputusan permintaan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas produk, harga, desain produk dan keputusan permintaan

© 2025 Jurnal Pustaka Aktiva

**1. Pendahuluan**

Toko karangan Bunga Edelweis Florist Pariaman merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang permintaan jasa karangan bunga di Kecamatan Pariaman Tengah Alai Gelombang. Wilayah Pariaman merupakan daerah yang potensial pada bisnis. Maka Karangan Bunga Edelweis Florist dalam kegiatan operasional untuk lebih memperkenalkan produknya, edelweis florist gencar melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat beli konsumen, diantaranya membuat iklan melalui media cetak ataupun menyebarkan selebaran kepada masyarakat, dan lain - lain. Iklan didasari pada informasi tentang keunggulan kualitas produk dan berbagai macam bentuk variasi yang di inginkan pada pembuatan karangan bunga, yang kemudian disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan ketertarikan pada yang melihat, dengan demikian iklan akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap suatu produk (Shimp, 2003 ). Tren penjualan karangan bunga di tahun 2025 menunjukkan pergeseran yang signifikan dengan peningkatan penggunaan strategi digital dan inovasi desain yang lebih variatif. Pasar karangan bunga tidak hanya terbatas untuk acara formal seperti pernikahan dan wisuda, tetapi juga meluas sebagai simbol gaya hidup dan ekspresi personal yang lebih modern. Secara keseluruhan, tren estetika personal, penggunaan bunga segar yang lebih diminati kalangan muda, dan digitalisasi layanan berdampak pada variasi harga di pasar karangan bunga

Banyaknya pesaing baru yang lokasinya berdekatan dengan Edelweis Florist juga akan menghambat tingkat penjualan karangan bunga..Hal ini menyebabkan konsumen dapat membandingkan produk sebelum memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan harapannya. Sehingga berdampak langsung pada tingkat penjualan karangan bunga di edelweiss florist Pariaman.

Berikut adalah laporan penyewaan karangan bunga untuk semua tipe papan di Edelweis Florist Pariaman dimulai pada tahun 2017 sampai dengan 2021 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1  
Data Perkembangan Karangan Bunga Edelweis Florist

Tahun	Peningkatan / Penurunan Pemesanan Karangan	Harga	Pendapatan
2017	152 kali	Rp. 200.000	Rp. 30.400.000
2018	220 kali	Rp. 200.000	Rp. 44.000.000
2019	290 kali	Rp. 200.000 s/d 300.000	Rp. 72.500.000
2020	359 kali	Rp. 200.000 s/d 300.000	Rp. 89.750.000
2021	479 kali pesanan	Rp. 200.000 s/d 300.000	Rp. 119.750.000

Sumber : Data sekunder diolah

Tabel 2  
Data Perkembangan Karangan Bunga Ance Florist

Tahun	Peningkatan / Penurunan Pemesanan Karangan	Harga	Pendapatan
2017	100 kali	Rp. 150.000	Rp. 12.000.000
2018	150 kali	Rp. 150.000	Rp. 16.000.000
2019	200 kali	Rp. 150.000 s/d 200.000	Rp. 20.000.000
2020	100 kali	Rp. 150.000 s/d 200.000	Rp. 12.000.000
2021	150 kali	Rp. 150.000 s/d 200.000	Rp. 17.500.000

Sumber : Data sekunder diolah

Tabel 1 menunjukkan peningkatan penyewaan karangan bunga rata - rata sebesar 152 pesanan pada tahun 2017 pada Edelweis Florist Pariaman. Peningkatan tersebut terjadi di awali pada tahun 2018 yang mana hasil pemesanan naik sebanyak 220 kali pesanan yang mana harga masih Rp. 200.000,-

pada hasil pendapatan Rp. 44.000.000,- Pada tahun 2019 permintaan pemesanan karangan bunga meningkat yang mana pemesanan naik sebanyak 290 kali pesanan dan harga juga di tetapkan pada harga 200.000 s/d 300.000 yang mana penadapatan menghasilkan Rp.72.500.000.

Pada tahun 2020 dan 2021 permintaan pemesanan karangan bunga makin baik, dimana konsumen telah banya mengetahui dan menggunakan karangan bunga untuk melengkapi suatu acara. Tahun 2020 naik hingga 359 kali pesanan yang mana harga telah ditetapkan sama dengan tahun 2019. Dan pendapatan yang dihasilkan Rp. 89.750.000.tahun 2021 pesanan mencapai 479 kali pesanan dan harga masih disamakan hingga mencapai pendapatan Rp. 119.750.000.

Sedangkan dapat kita bandingkan pendapatan pada karangan bunga Ance Florist dari tahun ketahun tidak begitu mengalami kenaikan yang signifikan. Dimana pada tahun 2017 jumlah pesanan sebesar 100 pesanan dengan pendapatan sebesar Rp. 12.000.000. Pada tahun 2018 meningkat menjadi 150 pesanan dengan pendapatan sebesar Rp. 16.000.000. ditahun 2019 meningkat menjadi 200 pesanan dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 20.000.000. Pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 120 pesanan dengan pendapatan sebesar Rp. 14.000.000. Selanjutnya pada tahun 2021 jumlah pesanan meningkat lagi sebanyak 180 pesanan dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 18.000.000.

Maka pendapatan yang didapat sampai tahun 2021 makin meningkat seiring kebutuhan konsumen. Dan persentase pesanan yang didapat juga telah meningkat. Dalam pemasaran jasa kualitas produk dan pelayanan harus diutamakan dalam hal ini kualitas dan pelayanan merupakan faktor utama dalam bisnis jasa jika kepuasan konsumen belum terjaga, maka pelayanan tersebut dianggap belum memiliki kualitas (Charles, 2002).

Dengan melihat kinerja layanan dan fasilitas yang diberikan Karangan Bunga Edelweis Florist khususnya pada produksi karangan bunga maka peneliti ingin meneliti tingkat perkembangan karangan bunga di Pariaman khususnya pada Karangan Bunga Edelweis Florist yang sangat mengutamakan kualitas pelayanan. Maka untuk mengetahui lebih jauh mengenai persoalan kualitas pelayanan yaitu dengan mengangkat judul ” Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Permintaan Jasa Sewa Karangan Bunga Pada Edelweis Florist Pariaman”.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengumpulkan data dari responden. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Agusty Tae Ferdinand, 2006:223). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang telah menyewa karangan bunga di Edelweis Florist Pariaman. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang telah menyewa karangan bunga di Edelweis Florist Pariaman. Mengingat populasi tidak dapat ditentukan secara tepat maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus sebagai berikut: (Sugiyono,1999:67).

Sugiyono (2017) mendefinisikan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Uji statistic yang digunakan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas serta uji t dan uji F.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji normalitas pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.23515804
Most Extreme Differences	
Absolute	.089
Positive	.082
Negative	-.089
Test Statistic	.089
Asymp. Sig. (2-tailed)	.060 <sup>c</sup>

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas (*Asymp. Sig* > 0,05 yaitu sebesar 0,060 dengan nilai *test statistic* sebesar 0,089 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi “**Normalitas**”.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel bebas (bebas). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai *Variance*

*Inflation Factor* (VIF) maka diindikasikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4**  
Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas produk	.956	1.046
Harga	.989	1.011
Desain produk	.966	1.035

a. Dependent Variable: Keputusan permintaan

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan berdasarkan data di atas terlihat bahwa nilai *Tolerance* semua variabel independen di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak terjadi multikolinieritas.

Menurut Ghazali (2013: 142) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%. Hasil output olah data uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5**

Uji Glejser  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.465	1.346		1.832	.070
Kualitas produk	.001	.025	.003	.028	.978
Harga	-.010	.036	-.030	-.284	.777
Desain produk	-.036	.052	-.073	-.687	.494

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan Tabel dapat dilihat, untuk variabel kualitas produk dengan nilai signifikansi 0,987, harga dengan nilai signifikansi 0,777 dan desain produk dengan nilai signifikansi 0,494 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ghozali (2011:96) mengemukakan bahwa “metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda, dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel”. Uji regresi linear berganda diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 6**  
Uji Analisis Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.549	1.963		2.317	.023
Kualitas produk	.129	.037	.292	3.522	.001
Harga	.180	.053	.276	3.387	.001
Desain produk	.384	.077	.415	5.022	.000

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Dari hasil tersebut bias dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 4,549 + 0,129 X_1 + 0,180 X_2 + 0,384 X_3$$

1. Nilai konstanta

Nilai konstanta pada persamaan regresi berganda sebesar 4,549 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya bernilai nol, maka besarnya variabel keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman mengalami peningkatan sebesar 4,549 satuan.

2. Koefisien Regresi Kualitas produk ( $X_1$ )

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,129, artinya jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) meningkat satu satuan maka keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman akan mengalami peningkatan sebesar 0,129, dengan variabel bebas lainnya tetap.

3. Koefisien Regresi Harga ( $X_2$ )

Variabel harga ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,180, artinya jika variabel harga ( $X_2$ ) meningkat satu satuan maka keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman akan mengalami peningkatan sebesar 0,180, dengan variabel bebas lainnya tetap.

4. Koefisien Regresi Desain produk ( $X_3$ )

Variabel desain produk ( $X_3$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,384, artinya jika variabel desain produk ( $X_3$ ) meningkat satu satuan maka keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman akan mengalami peningkatan sebesar 0,384, dengan variabel bebas lainnya tetap.

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan keputusan permintaan uji parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan  $t_{hitung}$

dengan  $t_{\text{tabel}}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ . Uji  $t$  berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ) atau dengan taraf signifikan 5% ( $\text{sig} < 0,05$ ) dan  $t_{\text{tabel}}$  yang digunakan adalah 1,66088. Hasil uji  $t$  pada penelitian ini dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 7**  
Uji Uji Parsial (Uji T)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.549	1.963		2.317	.023
Kualitas produk	.129	.037	.292	3.522	.001
Harga	.180	.053	.276	3.387	.001
Desain produk	.384	.077	.415	5.022	.000

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

### 1. Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji  $t$  diperoleh variabel kualitas produk (X1) dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,522 yang mana lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,66088 ( $3,044 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,001 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), maka hipotesis pertama diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman .

### 2. Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji  $t$  diperoleh variabel harga (X2) dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,387 yang mana lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,66088 ( $3,387 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,001 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), maka hipotesis kedua diterima, yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman.

### 3. Hipotesis 3

Berdasarkan hasil uji  $t$  diperoleh variabel desain produk (X3) dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  5,022 yang mana lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,66088 ( $5,022 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka hipotesis ketiga diterima, yang berarti bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan Jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman

Uji simultan ini keputusan permintaan uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel. Jika taraf signifikansi  $< 0,05$  dan  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F pada penelitian ini dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 8**  
Hasil Uji Simultan (Uji F)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	308.126	3	102.709	19.909	.000 <sup>b</sup>
Residual	474.613	92	5.159		
Total	782.740	95			

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai  $F_{\text{hitung}}$  19,909  $>$   $F_{\text{tabel}}$  2,70 dengan  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ . Nilai  $F_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada tabel distribusi F, pada kolom 3 ( $Df = k-1$ ,  $Df1 = 4-1 = 3$ ) dan baris ke 93 ( $Df2 = n-k$ ,  $Df2 = 96-3 = 93$ ), dimana nilai  $F_{\text{tabel}} = 2,70$ . Hal ini berarti hipotesis keempat diterima, dengan kesimpulan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Hasil uji  $R^2$  pada penelitian ini dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 9**  
Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 <sup>a</sup>	.394	.374	2.271

Sumber.: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 23.0, 2024

Hasil perhitungan tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi berdasarkan nilai Adjusted R Square = 0,374. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni variabel kualitas produk, harga dan desain produk mempunyai kontribusi bersama-sama sebesar  $(0,374 \times 100\%) = 37,4\%$  terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman sedangkan sisanya  $(100\% - 37,4\%) = 62,6\%$  keputusan permintaan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Permintaan Jasa Sewa Karangan Bunga Pada Edelweis Florist Pariaman”. sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,522 yang mana lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,66088 ( $3,044 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,001 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ).
2. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan

bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,387 yang mana lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,66088 ( $3,387 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,001 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ).

- Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan Jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  5,022 yang mana lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,66088 ( $5,022 > 1,66088$ ) dengan taraf signifikan 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan permintaan jasa sewa karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  19,909  $>$   $F_{tabel}$  2,70 dengan sig = 0,000  $<$  0,05. Nilai  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel distribusi F, pada kolom 3 ( $Df = k-1$ ,  $Df1 = 4-1 = 3$ ) dan baris ke 93 ( $Df2 = n-k$ ,  $Df2 = 96-3 = 93$ ), dimana nilai  $F_{tabel} = 2,70$ .

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

#### 1. Bagi Toko

Untuk variabel kualitas produk dari beberapa pernyataan memiliki TCR terendah adalah item pernyataan X1.2 yaitu “Produk yang dihasilkan tidak mudah rusak”. Hal ini mengindikasikan bahwa produk karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman bisa terjadi kerusakan, maka dari itu peneliti menyarankan agar pemilik toko mampu meningkatkan kualitas produknya agar tidak mudah rusak.

Untuk variabel harga dari beberapa pernyataan memiliki TCR terendah adalah item pernyataan pernyataan yang memiliki skor TCR terendah adalah item pernyataan X2.2 yaitu “Kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya beli konsumen”. Hal ini mengindikasikan bahwa harga karangan bunga pada karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman harga tidak sesuai dengan daya beli masyarakat akan tetapi sesuai dengan produk yang dipasarkan, maka dari diharapkan agar pemilik toko karangan bunga pada Edelweis Florist Pariaman bisa menyesuaikan harga dengan kemampuan daya beli masyarakat.

Untuk variabel desain produk dari beberapa pernyataan memiliki TCR terendah adalah item pernyataan yaitu “Beragam desain produk dapat mempengaruhi konsumen”. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat

beragam produk yang disediakan toko Edelweis Florist Pariaman untuk mempengaruhi konsumen. Maka dari itu diharapkan toko Edelweis Florist Pariaman mampu menciptakan beragam desain produk agar mampu menarik konsumen agar menyewa jasa toko Edelweis Florist Pariaman.

#### 2. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan dibidang pemasaran, dan diharapkan digunakan sebagai referensi tau bahan untuk penelitian yang akan datang

#### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain untuk dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan penulis yang kiranya masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

#### Daftar Rujukan

- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Terjemahan Andreas Winardi). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Basu Swasta D, dan T. Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. BPFE Jakarta Barat/Sutisna
- Crosby, Philip B. (1979), *Quality is free : The Art of Making Quality Certain*, New York : New American Library
- Djaslim Saladin, 2003. *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gordon, S. H. dan D. R. Charles. 2002. *Niche and Organic Chicken Product : Their Technology and Scientific Principles*. Nottingham University Press, Definitions : III – X, UK.
- Hananto, D. (2021, October). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* (Vol. 2021).
- Juran, J.M. 1993. *Quality Planning and Analysis*, 3rd Edition. MC-Graw Hill Book Inc. New York
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Salam, A., & Widajanto, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Diamond Di Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, 6(2), 441-452.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.