

ABTRAK

Saat ini bisnis bunga hias di Indonesia terus mengalami peningkatan dan semakin digemari. Selain keindahan bunga hias dengan berbagai jenisnya, bunga hias memiliki nilai ekonomi tinggi sehingga layak untuk dijadikan peluang usaha. “Q Florist” adalah salah satu toko yang menjual bouquet bunga di Jakarta dengan menyediakan berbagai macam jenis bouquet bunga dengan berbagai bentuk, model sesuai keinginan customer. Dengan banyaknya bisnis di bidang yang sama maka menimbulkan persaingan yang cukup tinggi, menurunnya penjualan Q Florist menarik penulis untuk mengetahui penyebab dan mencari solusi, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi Q Florist terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Data yang diambil dari 125 responden dianalisis menggunakan beberapa teknik dengan tujuan untuk menguji hubungan antara variable independen harga (X1) dan promosi (X2) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian menunjukkan harga dan promosi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian konsumen Q Florist Jakarta. Dengan demikian, diharapkan Q Florist dapat mempertimbangkan strategi harga untuk meningkatkan daya saing produk dan promosi yang dijalankan bisa menunjukkan sisi keunikan dari Q Florist sehingga muncul ketertarikan dari calon konsumen. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar melakukan pembaharuan terhadap penelitian sebelumnya.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, dan Q Florist.