ABSTRAK

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CV. NUSANTARA GARDEN AND RESTO (SURAKARTA FLOWERS)

Adik Aditiya

Chandra Wisnu Utomo, S.E., MM.SI

Email:adikaditiya08@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penetapan harga dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Nusantara Garden and Resto (Surakarta Flowers), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan secara daring kepada 115 responden yang merupakan konsumen Surakarta Flowers, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung 4,849 > t tabel 1,981; sig. 0,000), demikian pula strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung 3,395 > t tabel 1,981; sig. 0,001). Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (F hitung 56,209 > F tabel 3,077; sig. 0,000), dengan kontribusi sebesar 49,2% (Adjusted R^2 = 0,492), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi CV. Nusantara Garden and Resto dalam merancang kebijakan harga dan strategi pemasaran yang lebih kompetitif.

Kata Kunci: penetapan harga, strategi pemasaran, keputusan pembelian, tanaman hias