

Pengaruh Harga terhadap Niat Pelanggan Kembali di Latahzan Florisht

Yehezkiel Andersen¹ Hardisem Syabrus² Riva Andani³ Lestari Lature⁴ Nindia Putri Darlusi⁵ Reska Ananda Putri⁶ Septi Anggraini⁷ Ella Kurniati⁸

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8}

Email: yehezkiel.andersen6205@student.unri.ac.id¹ hardiseem.syabrus@lecturer.unri.ac.id² riva.andani5258@student.unri.ac.id³ lestari.lature2114@student.unri.ac.id⁴ nindia.putri0997@studen.unri.ac.id⁵ reska.ananda1329@student.unri.ac.id⁶ septi.anggraini0202@student.unri.ac.id⁷ ella.kurniati4258@student.unri.ac.id⁸

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di Latahzan Florist. Dalam industri florist, harga memegang peranan penting dalam membentuk persepsi pelanggan mengenai nilai produk dan layanan yang ditawarkan. Persaingan yang ketat di pasar florist, baik secara offline maupun online, menuntut Latahzan Florist untuk mengembangkan strategi harga yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggannya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan faktor signifikan yang memengaruhi niat pembelian ulang pelanggan. Pelanggan cenderung kembali jika mereka merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka bayarkan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi Latahzan Florist untuk menetapkan harga yang optimal, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan profitabilitas toko. Temuan ini menekankan pentingnya strategi penetapan harga yang adil dan kompetitif dalam mempertahankan basis pelanggan yang loyal.

Kata Kunci: Harga, Niat Pelanggan Kembali

Abstract

This research aims to analyze the influence of price on customers' intentions to make repeat purchases at Latahzan Florist. In the florist industry, price plays an important role in shaping customer perceptions regarding the value of the products and services offered. Intense competition in the florist market, both offline and online, requires Latahzan Florist to develop effective pricing strategies to attract and retain customers. The research method used is descriptive qualitative with data collection through in-depth interviews, participant observation and document analysis. The research results show that price is a significant factor that influences customers' repurchase intentions. Customers are more likely to return if they feel they are getting good value for the money they paid. This research provides insight for Latahzan Florist to set optimal prices, so as to increase customer loyalty and store profitability. These findings emphasize the importance of fair and competitive pricing strategies in maintaining a loyal customer base.

Keywords: Price, Customer Inventionation to Rerurn



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Buket bunga atau bunga tangan adalah sekumpulan berbagai bunga cantik dan indah serta dedaunan yang disusun untuk menjadi sebuah rangkaian bunga. Buket bungabiasanya terdapat pada acara pernikahan, yang dimana menjadi aksesoris yang dipegangoleh mempelai wanita. Namun pada era sekarang, buket bunga juga dapat digunakan sebagai hadiah ucapan selamat bagi orang lain tepatnya orang terdekat atau orang spesialdalam hidup karena

bermakna istimewa (Octaviani et al., 2023). Perkembangan bisnis pada zaman dewasa ini sangat pesat dan kekuatannya semakin tidak terbendung sehingga semakin berpengaruh terhadap persaingan bisnis. Dengan semakin banyaknya pesaing yang masuk dalam persaingan, maka para pengusaha semakin gencar dalam mempertahankan kedudukannya di pasar. Tujuannya adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya yang pada akhirnya adalah untuk mempertahankan konsumennya (Tabelessy, 2021). Selain itu harga juga menjadi hal yang terpenting dalam keberlangsungan kegiatan bisnis atau usaha. Hal ini juga berkaitan dengan perhitungan seluruh biaya dan pemasukan perusahaan. Jika penentuan harga yang kurang tepat, perusahaan dapat berpotensi merugi karena tidak seimbang modal dan pendapatan yang masuk. Maka citra harga haruslah memperoleh pandangan yang baik dimata konsumen, agar dapat meminimalisir kerugian dalam penjualan produk (Ayu, Rismansyah, 2022).

Penelitian ini berfokus pada pengaruh harga terhadap niat pelanggan kembali di Latahzan Florist. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai sejauh mana harga berperan dalam keputusan pelanggan untuk kembali berbelanja di Latahzan Florist. Dengan demikian, Latahzan Florist dapat merumuskan kebijakan harga yang tidak hanya kompetitif tetapi juga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Latahzan Florist dikenal dengan produk bunga segar berkualitas tinggi, variasi desain buket yang unik, serta layanan pelanggan yang ramah dan profesional. Namun, faktor harga tetap menjadi pertimbangan utama bagi banyak pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara harga dan niat pembelian ulang, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh Latahzan Florist untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap niat pembelian ulang di Latahzan Florist. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi Latahzan Florist dalam merumuskan strategi penetapan harga yang optimal, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan memahami hubungan antara harga dan niat pelanggan untuk kembali berbelanja di Latahzan Florist. Penelitian kualitatif adalah salah satu metode untuk melakukan penelitian berdasarkan kajian yang khas dan unik (Yusanto, 2020). Data yang dikumpulkan adalah data kualitatif, yang mencakup wawancara mendalam dengan pemilik/karyawan toko, observasi partisipatif di toko, dan analisis dokumen seperti catatan penjualan dan kebijakan harga.

Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam: Wawancara mendalam ialah temu muka berulang antara peneliti dan subyek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subyek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri (Agustira & Rahmi, 2022) dilakukan dengan pemilik/karyawan toko untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pengaruh harga dan niat konsumen untuk kembaliberbelanja.
2. Observasi Partisipatif: Metode yang memungkinkan peneliti untuk ikut merasakan apa yang dialami oleh subjek. Dalam penelitian ini mengamati perilaku pelanggan secara langsung di toko terkait dengan interaksi mereka dengan harga (Dwiyanti, 2011).
3. Analisis Dokumen: Mengkaji catatan penjualan dan kebijakan harga yang diterapkan di Latahzan Florist. Analisis Dokumen ini dilakukan untuk mengetahui dokumen apa saja

yang menjadi input, proses, dan output dari sistem ini (Widarma & Kumala, 2018). Teknik Analisis Data kualitatif yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan tematik, di mana pola-pola dan tema-tema utama diidentifikasi dari transkripsi wawancara dan catatanobservasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan *pembeli bucket di latahzan dengan pembeli bucket di latahzan dan di miss.id (sebagai pembanding)*. Pembeli di latahzan dan pembanding menyatakan hal yang sama yaitu Kedua informan sepakat bahwa harga di Latahzan Florist lebih terjangkau dibandingkan Miss Vid. Informan 1 menyatakan pentingnya harga yang sesuai anggaran tanpa mengorbankan kualitas, sedangkan Informan 2 mencatat bahwa harga di Latahzan mulai dari Rp 25.000, jauh lebih murah daripada Miss Vid yang mulai dari Rp 50.000, namun tetap menawarkan kualitas bunga yang sebanding. Dan pada Kualitas bunga di Latahzan selalu segar dan berkualitas tinggi, menarik perhatian informan 1 dengan desain buket yang unik dan cantik. Informan 2 menambahkan bahwa meskipun lebih murah, kualitas bunga di Latahzan tidak kalah dari Miss Vid, memastikan nilai yang baik untuk uang yang dikeluarkan. Adapun terkait hal tersebut di dukung dengan jurnal yang dikutip dari Brown dalam (Hasan, 2016) pemilihan karakter pada sebuah toko dikarenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya.

Pada Penawaran khusus dan diskon Informan 1 mengatakan bahwa promosi di Latahzan sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Informan 2 menambahkan bahwa Latahzan sering memberikan penawaran khusus seperti gratis ongkos kirim dan diskon pada hari tertentu, berbeda dengan Miss Vid yang jarang memberikan diskon. Dan Pengalaman berbelanja di Latahzan Florist sangat memuaskan bagi kedua informan. Informan 1 menghargai kebersihan dan keteraturan toko serta proses pemesanan yang mudah. Informan 2 menambahkan bahwa layanan pengiriman di Latahzan andal dan tepat waktu, menambah kenyamanan berbelanja. Adapun terkait hal tersebut di dukung dengan jurnal Menurut Tjiptono (Dalam (Lestari 2016:27), diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Diskon atau potongan harga merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar yang lebih ditujukan kepada konsumen akhir. Konsumen menyukai diskon karena konsumen mendapat pengurangan kerugian dari potongan harga langsung dari suatu produk (Ben Lowe, dalam Asterrina 2011:4)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan *penjual dan pembeli* pada toko latahzan florist. Pemilik dan karyawan Latahzan Florist menyadari pentingnya faktor harga bagi pelanggan, terutama bagi kalangan bawah dan menengah. Mereka mengakui bahwa pelanggan sering membicarakan harga dan senang dengan penyesuaian harga atau promosi tertentu. Meskipun tidak menaikkan harga, mereka mengurangi isi buket untuk tetap menjaga harga yang terjangkau. Strategi terbaik mereka adalah membuat buket sesuai dengan keinginan pelanggan namun tetap memperhatikan harga agar pelanggan tetap loyal. Dari wawancara tersebut, terlihat bahwa pembeli memperhatikan harga, tetapi lebih mengutamakan nilai yang diperoleh dari pembelian. Toko seperti Latahzan Florist dapat mempertahankan pelanggan dengan menjaga harga yang terjangkau sambil tetap memberikan produk berkualitas dan pelayanan yang memuaskan. Didukung dengan penelitian menurut

(Yulianti & Sugianingrat, 2023) Kunjungan kembali yang dilakukan oleh pelanggan merupakan salah satu bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh konsume. Hal ini akan sangat membantu dalam meningkatkan perkembangan usaha kedepannya. Hasil yang ditemukan adalah secara langsung maupun tidak langsung, kualitas pelayanan dan juga harga mampu memberikan pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui mediasi kepuasan. Disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan kepuasan, kualitas pelayanan, dan penyesuaian harga untuk meningkatkan minat konsumen berkunjung kembali.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pelanggan untuk kembali berbelanja di Latahzan Florist. Berdasarkan wawancara dengan pembeli buket di Latahzan dan Miss Vid, ditemukan bahwa: Harga dan Kualitas : Kedua informan sepakat bahwa harga di Latahzan Florist lebih terjangkau dibandingkan Miss Vid. Informan 1 menekankan pentingnya harga yang sesuai anggaran tanpa mengorbankan kualitas, sementara Informan 2 mencatat bahwa harga buket di Latahzan mulai dari Rp 25.000, jauh lebih murah dibandingkan Miss Vid yang mulai dari Rp 50.000. Meskipun lebih murah, kualitas bunga di Latahzan tetap tinggi dan setara dengan Miss Vid, memberikan nilai yang baik untuk uang yang dikeluarkan. Penawaran Khusus dan Diskon: Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh Latahzan Florist sangat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Informan 1 menyatakan bahwa promosi di Latahzan sangat mempengaruhi keputusan mereka, sementara Informan 2 menambahkan bahwa Latahzan sering memberikan penawaran khusus seperti gratis ongkos kirim dan diskon pada hari tertentu, berbeda dengan Miss Vid yang jarang memberikan diskon. Pengalaman Berbelanja: Pengalaman berbelanja di Latahzan Florist sangat memuaskan bagi kedua informan. Informan 1 menghargai kebersihan dan keteraturan toko serta proses pemesanan yang mudah, sedangkan Informan 2 menambahkan bahwa layanan pengiriman di Latahzan andal dan tepat waktu, menambah kenyamanan berbelanja. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Latahzan Florist memperhatikan harga tetapi lebih mengutamakan nilai yang diperoleh dari pembelian. Dengan menjaga harga yang terjangkau sambil tetap memberikan produk berkualitas dan pelayanan yang memuaskan, Latahzan Florist dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelanggan untuk berkunjung Kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustira, S., & Rahmi, R. (2022). Penggunaan Media Pembelajaran Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Tingkat Sd. *MUBTADI: Jurnal Pendidikan Ibtidaiyah*, 4(1), 72–80. <https://doi.org/10.19105/mubtadi.v4i1.6267>
- Ayu Susanti, Rismansyah, E. R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Usaha terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Buket di Kecamatan Seberang Ulu li Kota Palembang. *Jurnal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 15(3), 479–494.
- Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Niat Beli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218–237. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2159>
- Dwiyanti, F. (2011). Pelecehan Seksual Pada Perempuan Di Tempat Kerja (Studi Kasus Kantor

- Satpol PP Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Kriminologi Indonesia*, 10(1), 29–36.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Manajemen*, 8(1), 60–77.
- Novitasari, I., & Cuandra, F. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Marketplace Online di Kota Batam. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 339–349. <https://doi.org/10.37034/infv5i2.248>
- Octaviani, E. A., Setiadi, R., & Syaifullah, M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Buket Bunga (Studi Kasus pada Syerr Art Collections). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 300–314. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.893>
- Secapramana, V. H. (2020). Model dalam Strategi Penetapan Harga. *Repository.Ubaya.Ac.Id*, 4(2), 248–253.
- Supangkat & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Suryam Dora, D. (2017). No Title افراد سالم. *Studies On Variation In Milk Production and It's Constituents During Different Season, Stage Of Lactation And Parity In Gir Cows M.V.Sc D Suryam Dora Livestock*, 1, 6–18.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>
- Tjiptono, F; Anastasia, D. 2018 : (2016). Pengaruh Strategi Perencanaan Pemasaran Digital ادیدج. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13, 17–39.
- Widarma, A., & Kumala, H. (2018). Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan Pada PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk. Gunung Malayu Estate - Kabupaten Asahan. *Jurnal Teknologi Informasi*, 1(2), 166. <https://doi.org/10.36294/jurti.v1i2.303>
- Yulianti, N. K. A. Y., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(4), 672–686.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>