

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada Bab 4, dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut yang paling berpengaruh pada preferensi konsumen dalam keputusan pembelian bouquet di Purwokerto adalah atribut harga.
2. Model analisis konjoin untuk preferensi konsumen dalam keputusan pembelian bouquet di Purwokerto yaitu:

$$U(x) = 4,224 + 0,023X_1 + 0,048X_2 + 0,233X_3 + 0,003X_4 + 0,015X_5 + 0,023X_6 + 0,019X_7$$

Dari model analisis konjoin diatas, yang paling disukai oleh konsumen adalah produk dengan pembelian *custom* bouquet, lokasi pembelian dengan toko yang dekat dengan lokasi tujuan, harga Rp. 15.000 – Rp 50.000 menggunakan promosi potongan harga, pelayanan yang ramah dan profesional, proses pemesanan melalui offline atau mengunjungi secara langsung toko bouquet yang dituju, dan sarana fisik dengan etalase produk yang menarik.

#### **5.2 Saran**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pelaku usaha bouquet di Purwokerto dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen. Bagi pelaku usaha untuk fokus pada pengembangan produk *custom* dan penetapan harga yang terjangkau, karena kedua atribut tersebut memiliki nilai utilitas tertinggi dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini terbatas pada mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas cakupan responden, misalnya masyarakat umum atau kelompok usia lainnya, agar hasil penelitian dapat lebih general.