

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKAIAN PADA TOKO CUT KINAN SERBA 35 DI KRUENG GEUKUEH

Dina Wulandari¹, Nursakinah Ritonga², Lisa Iryani³, Nursanjaya⁴, Teuku Zulkarnaen⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Malikussaleh

Email: dina.210260010@mhs.unimal.ac.id

Abstrak: Toko Cut Kinan Serba 35 merupakan salah satu toko pakaian berkonsep harga terjangkau yang masih aktif beroperasi hingga saat ini di Krueng geukueh. Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan sebuah fenomena menarik bahwa Toko Cut Kinan Serba 35 di Krueng geukueh mampu menarik jumlah pembeli yang lebih banyak dan mencatatkan omzet penjualan tahunan yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko serba 35 lainnya, meskipun produk yang ditawarkan relatif serupa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses serta faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian pakaian di Toko Cut Kinan Serba 35, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sementara teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Pada tahap pengenalan kebutuhan, konsumen mulai menyadari perlunya membeli pakaian karena pakaian yang dimiliki sudah tidak layak pakai atau ingin mengikuti model pakaian yang sedang tren. Informasi diperoleh dari pengalaman pribadi atau rekomendasi orang terdekat. Konsumen membandingkan alternatif toko, namun tetap memilih Toko Cut Kinan karena dinilai lebih unggul dari segi pelayanan, harga, dan variasi produk. Keputusan pembelian dilakukan setelah konsumen merasa produk sesuai dengan kebutuhan dan anggaran. Setelah pembelian, sebagian besar konsumen merasa puas dan menunjukkan kecenderungan untuk kembali berbelanja. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian meliputi kualitas pelayanan yang cukup memuaskan, kualitas produk yang baik dan nyaman digunakan, harga yang sesuai daya beli, serta lokasi toko yang strategis. Dari seluruh temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Konsumen, Pakaian, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.

Abstract: *Toko Cut Kinan Serba 35 is one of the clothing stores that applies an affordable pricing concept and remains actively operating in Krueng geukueh. Based on the results of observations and field studies conducted by the researcher, an interesting phenomenon was found Toko Cut Kinan Serba 35 manages to attract a greater number of customers and records a higher annual sales turnover compared to other stores with a similar concept, despite offering relatively similar products. This study aims to explore the process and the influencing factors behind consumer decision-making in purchasing clothing at Toko Cut Kinan Serba 35, as well as to identify the most dominant factor. A qualitative approach with descriptive methods was employed. Data were collected through interviews, observations, and documentation, while the analysis was carried out using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The results indicate that the consumer decision-making process consists of five stages: need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior. At the need recognition stage, consumers begin to realize the necessity of purchasing clothing either because their current clothes are no longer suitable or to follow prevailing fashion trends. Information is gathered from personal experiences or recommendations from close acquaintances. Although alternatives are considered, most consumers prefer Toko Cut Kinan due to its superior service, affordable prices, and wide variety of products. The purchase decision is made once the product is deemed to meet their needs and budget. Post-purchase, the majority of consumers express satisfaction and show a tendency to return. The influencing factors include satisfactory service quality, comfortable and good product quality, affordable prices, and a strategic store location. From the findings, it can be concluded that service quality and product quality are the most dominant factors influencing consumers' purchasing decisions.*

Keywords: *Purchase Decision, Consumer, Clothing, Service Quality, Product Quality.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, terutama di bidang fashion yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Fashion pun tidak hanya tentang industri pakaian sebagai kebutuhan sandang saja. Lebih dari itu, seiring dengan perkembangan dunia hiburan, industri, teknologi dan informasi menjadikan masyarakat selalu mengikuti tren fashion dalam berbusana dan hal tersebut menjadi suatu keharusan agar terlihat lebih modis dan untuk menambah rasa percaya diri seseorang (Ananda Muhamad Tri Utama, 2022).

Transformasi perilaku gaya hidup masyarakat ini memiliki pengaruh besar terhadap industri fashion di Indonesia, hal ini terlihat dengan semakin beragamnya merek-merek

lokal maupun internasional, ditandai oleh banyaknya kemunculan toko fashion dan distro yang menawarkan berbagai kategori fashion (Sugiyarti & Sazili, 2022). Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual (Kastori, 2023).

Pada awal tahun 2021 semakin marak munculnya toko pakaian serba 35.000 di Krueng Geukueh. Ada beberapa toko serba 35 yang berada di Lhokseumawe tepatnya di Krueng geukueh diantaranya ada toko Cut Kinan, toko Aneka Serba Murah (ASM), dan toko Setia.

Tabel 1. 1**Data Penjualan Toko Serba 35 di krueng geukueh / Tahun**

<u>Nama Toko</u>	<u>Jumlah Pembeli</u>	<u>Omset</u>
Cut Kinan	12.000	Rp. 480.000.000
Aneka Serba Murah	9.600	Rp. 240.000.000
<u>Setia</u>	<u>7.200</u>	<u>Rp. 72.000.000</u>

Sumber : Wawancara langsung 2024

Berdasarkan data hasil wawancara tahun 2024, Toko Cut Kinan Serba 35 memiliki jumlah pembeli sebanyak 12.000 orang dan omzet Rp 480.000.000/ tahun, lebih tinggi dari toko sejenis di sekitarnya. Produk yang ditawarkan beragam, dengan konsep harga terjangkau, serta didukung promosi online melalui Tiktok dan Shopee Live.

Toko ini bernama toko Cut Kinan serba 35 yang berlokasi dijalan medan Banda Aceh kampung Krueng Geukueh kota Lhokseumawe. Produk fashion yang dijual disini cukup bervariasi ada produk untuk laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan sebuah fenomena menarik bahwa Toko Cut Kinan Serba 35 di Krueng geukueh mampu menarik jumlah pembeli yang lebih banyak dan mencatatkan omzet penjualan tahunan yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko serba 35 lainnya yang berada di sekitaran Krueng geukueh, meskipun produk yang ditawarkan relatif serupa. Toko Cut Kinan Serba 35 menunjukkan kinerja penjualan yang lebih unggul. Toko ini juga

menerapkan konsep penjualan yang unik, yaitu memberlakukan harga seragam sebesar Rp35.000 per item, namun tetap mampu menyediakan variasi produk pakaian yang menarik dan beragam.

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini ke dalam sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Pada Toko Cut Kinan Serba 35 Di Krueng geukueh.”

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual (Kastori, 2023). Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui oleh konsumen saat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau layanan. Proses ini melibatkan beberapa tahap, mulai dari pengenalan kebutuhan atau masalah, pencarian informasi tentang produk, evaluasi alternatif, hingga keputusan akhir untuk membeli dan tindakan pasca pembelian (Andrian, 2022). Menurut (Fitriyani, 2017) adapun Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Harga
2. Kualitas Produk
3. Lokasi
4. Kualitas Pelayanan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada toko Cut Kinan Serba 35 di krueng geukueh Kota Lhokseumawe yang berlokasi di Jalan Medan - Banda Aceh Krueng Geukueh. Waktu penelitian direncanakan dilakukan dalam waktu 3 (tiga) bulan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta

hubungan antara peristiwa atau fenomena yang di amati. Di mana data di peroleh melalui observasi langsung terhadap objek penelitian di kruenggeukuh. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai analisis pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian pakaian pada toko Cut Kinan Serba 35 di Krueng geukueh. Dengan penelitian kualitatif diharapkan dapat mengungkap fenomena yang ada tentang faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pakaian.

Adapun sumber data yang dipakai dalam penulisan ini sumber data primer dan sumber data sekunder. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Di Toko Cut Kinan Serba 35

Proses pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu rangkaian tahapan yang dilalui oleh individu sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk. Setiap tahap mencerminkan pertimbangan berdasarkan kebutuhan, keinginan, serta situasi yang dihadapi oleh konsumen saat itu.

Dalam konteks pembelian pakaian di Toko Cut Kinan Serba 35, proses pengambilan keputusan konsumen tidak terjadi secara langsung, tetapi melewati lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Konsumen umumnya mulai dari menyadari kebutuhan akan pakaian, kemudian mencari informasi mengenai pilihan toko yang tersedia, membandingkan beberapa alternatif toko atau produk, hingga akhirnya memilih untuk membeli di Toko Cut Kinan Serba 35. Berikut penjelasannya:

1. Pengenalan Kebutuhan

keputusan pembelian pakaian di Toko Cut Kinan dipengaruhi oleh kebutuhan akan pakaian yang nyaman, layak pakai, dan sesuai dengan aktivitas harian. Alasan utama yang mendorong pembelian antara lain pakaian lama yang sudah tidak layak

digunakan, seperti ukuran yang menyempit, warna yang memudar, serta model yang dianggap sudah tidak sesuai tren.

Dalam hal ini, Toko Cut Kinan Serba 35 dinilai mampu memenuhi kebutuhan tersebut secara tepat. Tidak hanya karena menawarkan harga yang terjangkau sebesar Rp35.000, tetapi juga karena produk-produk yang dijual memiliki kualitas bahan yang cukup baik dan pilihan model yang beragam. Dibandingkan dengan toko serba 35 lainnya, konsumen menilai Toko Cut Kinan lebih unggul karena tidak sekadar menonjolkan harga murah, melainkan juga memberikan perhatian pada kualitas dan kenyamanan produk. Selain itu, strategi toko dalam memperkenalkan produk melalui media sosial dan penataan display toko turut memperkuat daya tarik di mata konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan konsumen dalam pembelian pakaian di Toko Cut Kinan Serba 35 tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal dari diri konsumen, tetapi juga diperkuat oleh daya saing toko yang mampu memberikan kombinasi antara harga, kualitas, dan strategi pelayanan yang lebih unggul dibanding toko serupa di sekitarnya.

2. Pencarian Informasi

Pada tahap pencarian informasi, konsumen biasanya mulai mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk pakaian yang akan dibeli. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mayoritas konsumen Toko Cut Kinan Serba 35 memperoleh informasi melalui media sosial seperti TikTok Live, Shopee Live, status WhatsApp karyawan toko, serta Instagram. Selain itu, terdapat pula konsumen yang mendapatkan informasi dari rekomendasi teman atau kerabat yang sebelumnya telah berbelanja di toko tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti, perpaduan antara komunikasi personal dan pemanfaatan media sosial visual yang bersifat real-time menjadi strategi efektif dalam membentuk persepsi positif terhadap Toko Cut Kinan Serba 35. Meskipun pembelian dilakukan secara langsung di toko, keputusan untuk membeli sebagian

besar sudah terbentuk setelah melihat informasi yang tersedia, sehingga membuat proses belanja menjadi lebih efisien dan terarah.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Toko Cut Kinan Serba 35 melalui platform digital terbukti efektif dalam membantu konsumen memperoleh informasi secara cepat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini memperkuat persepsi positif konsumen terhadap toko, sekaligus menunjukkan bahwa pencarian informasi merupakan tahapan penting yang turut menentukan keputusan pembelian. Dengan demikian, keberhasilan Toko Cut Kinan dalam menyampaikan informasi secara aktif dan konsisten menjadi salah satu faktor pendukung meningkatnya minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

3. Evaluasi Alternatif

Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen membandingkan Toko Cut Kinan 35 dengan toko-toko serupa. Namun, keunggulan dalam hal kualitas produk dan kualitas pelayanan membuat toko ini tetap menjadi pilihan utama. Untuk menghadapi keraguan konsumen, karyawan toko juga secara aktif memberikan pelayanan maksimal dan menjelaskan keunggulan produk secara persuasif. Pendekatan ini membantu konsumen merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak Toko Cut Kinan 35 dan beberapa konsumennya, diperoleh informasi bahwa toko ini cukup baik dalam menanggapi keraguan konsumen saat ingin membeli produk. Ketika ada konsumen yang terlihat ragu atau terlalu banyak pertimbangan, pihak toko akan dengan sigap memberikan penjelasan atau solusi yang membantu konsumen dalam mengambil keputusan. Konsumen pun mengakui bahwa pelayanan seperti ini membuat mereka lebih yakin dan nyaman untuk berbelanja di toko tersebut.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap penting dalam perilaku konsumen yang menunjukkan adanya kesediaan untuk memilih dan membeli produk tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan dan beberapa konsumen Toko Cut Kinan 35 di Kruenggeukuh, dapat disimpulkan bahwa toko ini telah menerapkan strategi yang efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu upaya utama yang dilakukan adalah dengan menyediakan produk fashion yang tidak hanya menyesuaikan tren terkini, tetapi juga memperhatikan kualitas bahan, kenyamanan, dan daya tahan produk. Hal ini menunjukkan bahwa toko berkomitmen untuk menghadirkan produk yang relevan dengan kebutuhan dan selera pasar, tanpa mengabaikan aspek mutu.

Karyawan secara aktif melibatkan diri dalam proses pemahaman preferensi konsumen melalui interaksi langsung. Setiap hari, karyawan berhadapan langsung dengan pembeli dan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk menggali informasi mengenai model atau jenis pakaian yang diminati. Dari sisi konsumen, sebagian besar mengungkapkan bahwa mereka merasa yakin dan puas berbelanja di toko ini karena produk yang ditawarkan selalu mengikuti tren terbaru dan sesuai kebutuhan. Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi alasan penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen merasa dilayani dengan sopan, ramah, dan sigap oleh karyawan toko, sehingga menciptakan kenyamanan dan rasa dihargai selama proses berbelanja berlangsung.

Dengan kombinasi antara pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pelanggan, strategi penyediaan produk yang tepat, serta pelayanan yang memuaskan, Toko Cut Kinan 35 mampu bersaing dengan toko serba Rp35.000 lainnya di kawasan Kruenggeukuh. Toko ini dinilai unggul dalam hal variasi model pakaian, penataan produk yang rapi, serta tempat belanja yang nyaman dan bersahabat. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika toko ini menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan fashion mereka secara terjangkau namun tetap berkualitas.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Berdasarkan wawancara dengan kelima konsumen, dapat disimpulkan bahwa mereka merasa puas setelah melakukan pembelian di Toko Cut Kinan Serba 35.

Kepuasan tersebut timbul karena kualitas produk yang sesuai harapan, pelayanan yang ramah, suasana toko yang nyaman, serta harga yang terjangkau. Bahkan, beberapa konsumen menyatakan telah melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan toko kepada orang terdekat karena merasa cocok dan percaya terhadap produk maupun layanan yang diberikan.

Berdasarkan pengamatan penulis, kepuasan konsumen memiliki hubungan erat dengan keputusan untuk kembali berbelanja. Ketika konsumen merasakan kenyamanan, keramahan pelayanan, serta kualitas produk yang konsisten, maka akan terbentuk loyalitas dan kepercayaan terhadap toko. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Cut Kinan mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumennya secara berkelanjutan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko Cut Kinan Serba 35

Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari berbagai pertimbangan yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Pada Toko Cut Kinan Serba 35 di Krueng geukueh, terdapat beberapa faktor yang turut memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli pakaian, seperti harga, kualitas, pelayanan, dan lokasi. Faktor-faktor ini secara tidak langsung membentuk minat serta dorongan konsumen untuk melakukan pembelian.

1. Kualitas Pelayanan

Faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk adalah kepuasan. Konsumen yang puas cenderung menjadi lebih loyal, yang ditunjukkan melalui kebiasaan membeli ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan terus tertarik untuk berbelanja di masa depan. Kepuasan ini menghubungkan proses pembelian dengan penggunaan produk, yang berpengaruh pada perilaku setelah pembelian, seperti keputusan untuk membeli kembali.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Cut Kinan Serba 35 cukup memuaskan di mata konsumen. Beberapa konsumen mengaku selalu disambut dengan ramah setiap kali datang ke toko. Meskipun ada yang tidak terlalu memperhatikan pelayanan secara

mendalam karena hanya datang untuk membeli dan langsung pulang, mereka tetap merasa nyaman dan mengakui bahwa sikap karyawan di toko ini sudah baik.

Karyawan juga dinilai cukup membantu, terutama saat konsumen kesulitan menemukan produk yang diinginkan. Jika barang yang dicari tidak tersedia, karyawan akan langsung menawarkan alternatif lain yang serupa, tanpa membuat konsumen merasa kecewa atau kebingungan. Sikap sopan, ramah, dan cepat tanggap inilah yang menurut konsumen membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan.

2. Kualitas Produk

Penulis menyampaikan bahwa kualitas suatu produk merupakan unsur penting yang mencerminkan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, masuk akal jika kualitas produk dianggap memiliki kaitan erat dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Nilai ini terbentuk dari penilaian pribadi konsumen saat membandingkan manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan, seperti biaya atau usaha.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, Toko Cut Kinan Serba 35 secara konsisten menjaga mutu produk dan memberikan pelayanan yang cukup baik kepada konsumen. Setiap pakaian yang dijual menggunakan bahan yang nyaman, model yang mengikuti tren, serta tersedia dalam berbagai ukuran. Konsumen juga menilai bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harga yang sangat terjangkau, yaitu Rp35.000 per item. Mereka merasa puas karena mendapatkan pakaian yang bagus dengan harga murah. Kenyamanan bahan, daya tahan warna, dan kualitas yang sesuai harapan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka dalam membeli pakaian di toko tersebut.

Dengan tetap menjaga kualitas dan memperhatikan kepuasan konsumen, Toko Cut Kinan Serba 35 memiliki peluang besar untuk mempertahankan kepercayaan pembeli dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja di masa mendatang.

3. Harga

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa kombinasi antara harga yang terjangkau dan kualitas produk yang memadai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang telah melakukan pembelian. Kondisi ini juga berpotensi menarik minat konsumen baru, yang diharapkan nantinya dapat menjadi pelanggan tetap. Oleh karena itu, pertimbangan konsumen dalam memilih produk mendorong produsen untuk terus bersaing, salah satunya dengan menawarkan diskon atau promosi khusus guna menarik perhatian calon pembeli.

Fenomena ini mendorong pelaku usaha untuk terus mengembangkan strategi penjualan yang lebih menarik, seperti pemberian potongan harga atau promo terbatas. Sebagian besar konsumen menyampaikan bahwa selain harga yang bersaing, kualitas produk di Toko Cut Kinan Serba 35 dinilai lebih baik jika dibandingkan dengan toko lain yang juga menjual pakaian dengan harga serupa. Keunggulan ini membuat Toko Cut Kinan Serba 35 menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan fashion sehari-hari. Persepsi positif tersebut turut memperkuat posisi toko ini dalam menghadapi persaingan bisnis pakaian serba Rp35.000 di daerah sekitarnya.

4. Lokasi

Lokasi merupakan suatu hal penting dalam menjalankan suatu usaha, karena menjadi tempat berlangsungnya seluruh aktivitas produksi maupun interaksi antara penjual dan konsumen. Penentuan lokasi tidak hanya berkaitan dengan letak fisik semata, tetapi juga mencakup pertimbangan strategis yang dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan usaha. Pemilihan tempat usaha yang tepat dapat memberikan nilai tambah, baik dari segi aksesibilitas, kenyamanan, maupun potensi menarik konsumen. Oleh karena itu, lokasi usaha harus dipertimbangkan secara matang, sebab lokasi yang strategis akan menjadi aset jangka panjang yang mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan usaha tersebut.

Sebagian konsumen menyampaikan bahwa kedekatan toko dengan tempat tinggal mereka membuat aktivitas belanja menjadi lebih praktis dan efisien, tanpa harus menempuh jarak yang jauh. Selain itu, keberadaan toko di pusat perbelanjaan

setempat memudahkan konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu kunjungan. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan konsumen, Toko Cut Kinan Serba 35 dinilai mampu memberikan kenyamanan dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pakaian.

Faktor Mana Yang Paling Dominan Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cut Kinan Serba 35 Krueng Geukueh

Dalam konteks Toko Cut Kinan Serba 35 di Kruenggeukuh, pemahaman terhadap faktor dominan menjadi penting untuk mengetahui apa yang benar-benar memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli pakaian. Dengan mengetahui faktor tersebut, pelaku usaha dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen secara lebih mendalam, serta menyesuaikan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan pengamatan peneliti dari hasil wawancara dengan lima orang konsumen faktor pelayanan dan kualitas produk merupakan aspek yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian di Toko Cut Kinan Serba 35. Konsumen merasa puas karena dilayani dengan ramah, cepat tanggap, serta diberi kemudahan dalam memilih produk. Selain itu, kualitas pakaian yang dinilai nyaman digunakan, tidak mudah rusak, dan memiliki desain yang menarik membuat mereka merasa yakin untuk kembali berbelanja. Pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas menjadi alasan utama konsumen tetap loyal dan merekomendasikan toko ini kepada orang lain.

Dari keseluruhan jawaban, terlihat bahwa faktor pelayanan dan kualitas produk lebih sering disebut oleh konsumen sebagai alasan utama mereka melakukan pembelian. Konsumen merasa nyaman saat berbelanja karena dilayani dengan ramah dan dibantu dengan baik oleh karyawan. Selain itu, mereka juga menilai bahwa produk yang dijual di toko ini memiliki kualitas yang cukup baik meskipun harganya terjangkau. Hal ini membuat konsumen merasa puas dan tidak ragu untuk kembali berbelanja di toko yang sama.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik dan kualitas produk yang layak menjadi dua faktor yang paling dominan dalam memengaruhi

keputusan pembelian konsumen di Toko Cut Kinan Serba 35. Meskipun harga murah dan lokasi yang strategis turut dipertimbangkan, namun kepuasan saat berbelanja dan kepercayaan terhadap mutu produk lebih menentukan bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli pakaian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian pakaian di Toko Cut Kinan Serba 35 melalui lima tahapan, yaitu: pengenalan kebutuhan: Konsumen menyadari perlunya membeli pakaian karena pakaian lama sudah tidak layak pakai atau ingin mengikuti tren fashion terbaru, pencarian informasi: informasi diperoleh dari pengalaman pribadi, media sosial seperti TikTok dan WhatsApp, serta rekomendasi dari orang terdekat, evaluasi alternatif: konsumen mempertimbangkan beberapa pilihan toko serba 35 lainnya, namun tetap memilih Toko Cut Kinan karena unggul dalam hal kualitas produk, harga terjangkau, dan pelayanan, keputusan pembelian. Konsumen memutuskan membeli setelah merasa produk sesuai dengan kebutuhan, selera, dan anggaran belanja, perilaku pasca pembelian. sebagian besar konsumen merasa puas dan menunjukkan niat untuk melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan toko kepada orang lain. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan dan konsumen dari segi Kualitas pelayanan di Toko Cut Kinan Serba 35 dinilai memuaskan karena karyawan bersikap ramah, membantu, dan memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan juga baik, nyaman digunakan, serta mengikuti tren pakaian yang digemari konsumen. Harga seragam Rp35.000 per item dianggap terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat. Lokasi toko yang berada di pinggir jalan Medan–Banda Aceh, Krueng geukueh, sangat strategis dan mudah dijangkau, sehingga menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen. Faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Cut Kinan Serba 35 adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Konsumen merasa puas karena pelayanan yang diberikan karyawan ramah, membantu,

dan menciptakan kenyamanan saat berbelanja. Produk yang ditawarkan juga dinilai berkualitas, nyaman digunakan, dan sesuai tren.

Saran

Pihak Toko Cut Kinan Serba 35 Krueng Geukueh Diharapkan dapat terus meningkatkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk, pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, serta kenyamanan lokasi. Dengan memahami perilaku konsumen secara mendalam, toko dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda Muhamad Tri Utama. (2022). *No 9*, 356–363.

Analisis pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian di toko aldi grosir kota lhokseumawe skripsi. (2023). 2023.

Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Fitriyani, N. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk E-Commerce.* 9(2), 136.

Ansari, D. H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242. www.ayogitabisa.com

Sugiyarti, L., & Sazili, S. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Pakaian Secara Online di Desa Air Lelangi Kecamatan Ulok Kupai Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 567–572. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i4.2980>