

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENENTUKAN SUATU PRODUK PAKAIAN (STUDI KASUS DI TOKO FNR BANGKALAN)

Marsuki
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
marsukibangkalan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dibuat untuk menganalisis keputusan pembelian dalam menentukan suatu produk. Adapun yang dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap produk pakaian di toko FNR Bangkalan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Dari penelitian ini diperoleh bahwa pelayanan di toko FNR cukup baik dan harga yang bersabat, mulai dari yang paling murah hingga yang mahal juga ada di toko FNR, untuk kelengkapan produk di toko FNR sudah bisa dibidang cukup lengkap mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa, dan juga ada banyak pilihan baju, seperti baju muslim, sarkoci, dres, koko anak, gamis dan masih banyak lagi pilihan baju yang sesuai dengan kebutuhan. Sehingga besar kemungkinan dapat menarik pelanggan untuk berbelanja dan membeli produk di toko FNR Bangkalan.

Kata Kunci: keputusan pembelian, produk pakaian

Abstract

This study was conducted to analyze purchasing decisions in determining a product. This study aims to find out how consumer made purchasing decision for clothing products at the FNR Bangkalan store. This research is a qualitative research based on the philosophy of positivism. The data collection techniques are carried out through observation, interviews, documentation, as for the data analysis uses data reduction, data presentation, and conclusion. From this research, it has been found that the service at the FNR store is quite good and the prices are affordable, ranging from the cheapest to the most expensive available at the FNR store. In the ease of product availability at the FNR store, it is found quite complete, starting from children's clothes to adults', and there are also many choices of clothes, such as Muslim clothes, sarkoci, dresses, koko children, robes and many more choices of clothes that suit customers' needs. So it is likely to attract customers to shop and buy products at the FNR Bangkalan store.

Key Words: purchasing decision, clothing products

PENDAHULUAN

Penampilan yang menarik sangat mempengaruhi manusia dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Terlebih dalam hal berpakaian, orang semakin selektif untuk memilih apa yang akan dikenakannya agar penampilannya terlihat lebih menarik. Dengan benar-benar memperhatikan penampilan berarti orang tersebut sangat menghargai orang-orang yang akan di temuinya. Para pelaku bisnis menggunakan kesempatan ini untuk memulai membuat suatu usaha yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal *fashion*.

Banyak toko baju yang menawarkan rangkaian produk *fashion* yang mengikuti mode dan trend, mulai dari pakaian yang sedang digemari oleh kaum muda hingga aksesoris-aksesoris yang dapat lebih membuat mereka percaya diri dengan penampilan mereka. Dengan banyaknya toko baju yang bersaing dalam segmen pasar yang sama mengakibatkan banyak pula pilihan yang di tawarkan oleh masing-masing toko. Hal ini membuat situasi pasar semakin kompetitif, oleh karena itu toko FNR tersebut harus dapat memberikan suatu produk yang unik dan mempunyai keunggulan berbeda dengan yang lain.

Dalam hal ini toko FNR menawarkan suatu produk yang menarik sesuai dengan trend *fashion* masa kini. Toko FNR menekankan pada baju-baju yang digemari oleh kaum muda yang peduli pada penampilannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang di tawarkan oleh toko FNR akan mempengaruhi perilaku pembelian selanjutnya, kepuasan akan suatu produk baik dalam hal kualitas produk, harga, model dan pelayanan yang di berikan merupakan motif atau dorongan

konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dari segi konsumen sendiri hal ini menjadikan konsumen untuk lebih mudah mendapatkan barang/produk yang dibutuhkan/diinginkan.

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk di perhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang dipergunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh toko dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera daripada konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasaran dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar.

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Tjiptono (2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Dari pengertian tersebut disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pihak produsen maupun pemasar sebaiknya lebih jeli dalam mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan yang terlibat dan langkah-langkah dalam proses pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari fakto-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga, variasi produk dan juga lokasi. Dari faktor-faktor inilah, maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Toko FNR Bangkalan merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam pakaian, toko FNR Bangkalan selain menjual berbagai macam pakaian juga menjual berbagai macam perlengkapan bayi dan juga berbagai aksesoris bayi.

Diantara sekian banyak yang berkunjung ada yang langsung membeli dan ada juga yang sekedar melihat-lihat saja. Bisa dikatakan banyak orang yang mengunjungi toko FNR Bangkalan ini memiliki pengunjung yang cukup banyak, toko FNR bangkalan mempunyai keunggulan yaitu karena harga yang terjangkau, model pakaian yang selalu *up to date* dan lay out tempat yang menarik. Mungkin itu semua yang menjadi pertimbangan para konsumen untuk melakukan pembelian pakaian di toko FNR Bangkalan.

Alasan peneliti untuk melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui bagaimana respon konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian produk pakaian yang akan dipilihnya dari segi model dan merek dari kelas-kelas produk dan juga ingin mengetahui alasan konsumen dalam melakukan pembelian di toko FNR Bangkalan. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Dalam Menentukan Suatu Produk Pakaian (Studi Kasus Di Toko FNR Bangkalan)”**.

Tujuan penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh suatu hasil yang optimal dari penelitian. Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui keputusan pembelian dalam menentukan suatu produk pakaian di toko FNR Bangkalan.
2. Untuk mengetahui prioritas tingkat kepentingan bagi para konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk pakaian di toko FNR Bangkalan.

Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Dengan mengerti motif-motifnya terutama keempat motif yang ada dalam penelitian ini yaitu motif primer, motif selektif, motif, rasional, dan motif emosional diharapkan perusahaan dapat menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat dalam hal pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Diharapkan juga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan, apabila dalam penelitian ditemukan suatu hal yang baru dan menguntungkan bagi perusahaan, maka dapat digunakan dan diterapkan untuk mendukung kemajuan dan perkembangan perusahaan.

2. Bagi Lembaga STKIP PGRI Bangkalan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan motif-motif konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Diharapkan juga dapat menambah referensi dipergustakaan sehingga dapat membantu mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama belajar di Perguruan Tinggi ke dalam praktek, serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

Asumsi Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi rumusan masalah yang berkenaan dengan penelitian ini, yaitu: Respon konsumen tentang keputusan pembelian suatu produk di toko FNR Bangkalan.

Devinisi Operasional

Devinisi operasional adalah bagaimana peneliti akan menjelaskan tentang suatu variabel yang akan diteliti.

Sugiono (2015: 38) berpendapat yang dimaksud devinisi opsional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Minat

Menurut Susanto (2013;58) Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat pada suatu aktivitas maka akan memperhatikan aktivitas tersebut secara konsisten dengan rasa senang. Dengan kata lain minat adalah suatu rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas.

2. Keputusan Pembelian

Menurut Suharto (2016:30) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai semua tindakan yang menentukan semua pilihan yang ada untuk dipilih salah satu diantaranya, dengan melalui tahap pengenalan, pencarian informasi, penelitian alternatif, keputusan membeli, perilaku setelah pembelian.

3. Alasan konsumen

Alasan konsumen membeli adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling di sukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (pramono, 2012:126).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiono (2015: 8) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Sudaryono (2017: 91) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu (informan) dalam latar alamiah. Penelitian kualitatif berupaya memahami bagaimana seorang individu melihat, memaknai, atau menggambarkan dunia sosialnya

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang membutuhkan waktu yang cukup lama karena penelitian kualitatif adalah bersifat penemuan serta memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang. Sifat induktif pada penelitian kualitatif artinya peneliti membiarkan berbagai permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Serta data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi pada konteks yang mendetail disertai coretan-coretan hasil wawancara yang mendalam, serta analisis dokumen dan catatan-catatan. Pada penelitian ini mendeskripsikan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk pakaian di toko FNR bangkalan.

Pendekatan

a. Pemilihan Lokasi

Toko FNR Bangkalan Jl. Kh. kholil No. 46, Bangkalan, Jawa Timur

b. Subjek Penelitian

Pemilihan informan pertama hal yang utama karena selaku kunci pengambilan adalah pemilik toko, karyawan dan konsumen

Penjajakan Awal

Penelitian ini menggunakan sumber data secara garis besar dibagi dalam 2 bagian sebagai berikut :

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian lapangan (Sugiyono, 2016). Data penelitian ini adalah dihasilkan melalui wawancara dan observasi secara langsung kepada pemilik toko FNR dan Karyawan FNR.
- b. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016). Data yang diambil termasuk data yang sudah ada sebelumnya secara tertulis atau dokumen. Pengumpulan data

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan dan penentuan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara:

- a. Observasi
Menurut Sudaryono (2017:216) Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Hal yang diteliti yaitu konsumen yang membeli sesuatu produk di toko FNR Bangkalan.
- b. Wawancara
Menurut Sugiono (2015:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan pada konsumen yang langsung datang ke toko FNR Bangkalan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan untuk mengetahui informasi dan responden.
- c. Dokumentasi
Menurut Sudaryono (2017:219) Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam teknik dokumentasi peneliti mengumpulkan, membaca serta mempelajari berbagai macam keputusan konsumen dalam menentukan suatu produk di toko FNR Bangkalan.

Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan pengumpulan data yang di dapatkan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis yang dilakukan selama di lapangan terdapat 3 yaitu:

1. Reduksi Data

Tahap pertama dalam penelitian ini yakni reduksi data, peneliti mereduksi data dengan memilih hal yang penting dan sesuai dengan fokus penelitian. Menggolongkan data penting sehingga memberikan gambaran yang akurat dari hasil pengamatan. Peneliti mereduksi data sesuai dengan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Penyajian Data

Langkah kedua dalam penelitian ini dilakukan penyajian data. Data yang diperoleh kemudian disusun dalam bentuk bagan, maupun uraian sehingga menghasilkan gambaran yang jelas maka peneliti mampu mendapatkan data.

3. Kesimpulan/Verifikasi

Peneliti melakukan kesimpulan dengan mencari makna setiap gejala atau presentasi yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan. Kesimpulan dalam bentuk kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Hasil Penelitian

Sejarah toko FNR Bangkalan berawal dari sebuah konveksi yang bergerak di bidang konveksi di kota Bangkalan. Konveksi ini didirikan oleh Neng Fiyy, konveksi ini berdiri pada bulan April 2013 bermula dari ketagihan belanja *online*, senang melihat barang-barang lucu, tapi karena tidak mungkin di beli semua cuma untuk kepuasan diri-sendiri, lalu di jual lagi. Bermula dari potensi itulah Neng Fiyy merintis bisnis ini, di awal berdirinya konveksi FNR ini terletak di Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan dan sama sekali tidak mempunyai karyawan tetap tetapi melatih 10 santrinya untuk belajar dan mendatangkan dari Surabaya untuk mengajarnya.

Bisnis konveksi semakin menjamur di kota Bangkalan hal ini ditambah dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih yang berimbas permintaan pasar akan layanan jahit di Kota Bangkalan, semakin tumbuh dan pesat berkembang berawal dari animo masyarakat akan kebutuhan pakaian yang bagus, inilah Neng Fiqy berani melebarkan usaha bisnisnya dengan penambahan jumlah karyawan dan pada tahun 2017. Saat ini toko FNR Bangkalan mempekerjakan beberapa karyawan. Walaupun telah memiliki karyawan Neng Fiqy tetap ikut terjun secara langsung dalam kegiatan usahanya, hal ini sebagai suatu bentuk pengawasan dan supervisi yang di lakukan beliau terhadap karyawannya agar kualitas yang di berikan oleh konveksi FNR Bangkalan selalu terjaga kualitasnya.

Visi Dan Misi Toko FNR

Beberapa visi toko FNR Bangkalan adalah sebagai berikut :

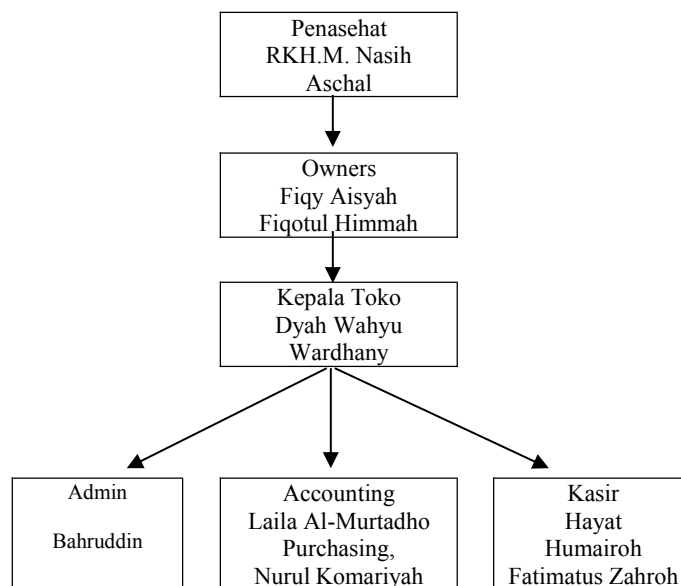
- Menciptakan lapangan pekerjaan.
- Menjadi sentra utama konveksi dan gament dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu bersaing dengan pasar global.
- Membuat sebuah baju ataupun gamis dengan kualitas bagus yang menutup aurat dengan sempurna dan dipakai juga nyaman.

Beberapa misi toko FNR Bangkalan adalah sebagai berikut :

- Merekrut dan menghasilkan SDM (tenaga kerja) yang profesional, kreatif dan kompetitif.
- Menghasilkan produk-produk berkualitas dengan desain yang modern dan berkualitas.
- Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Struktur Toko FNR

Adapun struktur toko FNR dapat di gambarkan sebagai berikut :



Sumber : diolah oleh peneliti

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko FNR Bangkalan

Berikut ini adalah keterangan struktur organisasi toko FNR :

- Owners toko
Owners toko bertanggung jawab atas operasional toko-toko sehari-hari. Melakukan tugas pokok pada semua fungsi perusahaan termasuk intern dan tugas ekstern yang berhubungan dengan kepentingan toko. Owners mengkoordinir semua bagian toko.
- Kepala toko
Membantu owners dalam menjalankan tanggung jawab sehari-hari. Mengkoordinir masalah-masalah yang terjadi pada tiap-tiap bagian toko.
- Admin
Mencatat dan memeriksa status data penjualan mana yang sudah masuk serta yang belum supaya mempermudah untuk menindak lanjuti kekurangannya. Menginput data penjualannya sehari-hari dengan cermat, benar dan juga cocok.
- Accounting
Menyusun laporan keuangan
- Online Marketing
Memasarkan bisnis dengan menggunakan media sosial
- Ketua Kasir
Menerima uang

Strategi Toko FNR

Toko FNR memiliki strategi khusus dalam jual beli yaitu dengan system mempromosikan via online seperti instagram, whatsapp, facebook dan shoope. Dengan adanya strategi tersebut maka akan mengingatkan para konsumen yang memesan baju sehingga membuat konsumen merasa terlayani dan tujuan tokopun dapat tercapai, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen.

Sebagaimana yang telah di sampaikan ibu dyah bahwasanya naluri manusia yang selalu tidak terpuaskan pasti akan menggrogoti pikiran manusia, apalai bagi *intrepreunur* yang selalu menginginkan apa yang menjadi keinginannya terwujud, namun apabila naluri tersbebut tidak di control oleh akal dan fikiran yang jernih maka akan menimbulkan kemudorotan yang negatif baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain.

Prinsip-prinsip Toko FNR

Prinsip-prinsip Toko FNR sebagai berikut :

- a) Barang yang dijual harus sesuai asli dan tidak ada kepalsuan.
- b) Menghindari terlalu banyak berargumen, tetapi menunjukkan dengan bukti yang nyata bahwa pelayan memberikan kepuasan serta memberikan kualitas.
- c) Kreatif dalam menciptakan hubungan dengan konsumen, antara lain dengan : meluangkan waktu untuk melihat sudut pandang konsumen, ikan manfaat jasa pelayanan dengan jelas dan mempertimbangkan solusi yang paling baik.
- d) Membangun pemikiran manajemen untuk mencapai kesuksesan.
- e) Menggunakan modal intelektual untuk mencapai kesuksesan.

Mencari sponsor yang dikenal untuk mendukung kegiatan toko guna meraih manfaat bersama.

PEMBAHASAN

Observasi

Hasil observasi pada penelitian ini yakni kualitatif dalam hal ini lebih umum untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen dalam menentukan suatu produk pakaian di toko FNR Bangkalan. Observasi pada penelitian kualitatif berbentuk narasi atau deskripsi dari hal-hal yang dilakukan subyek dalam kondisi yang alami. Secara umum, observasi partisipan dan observasi non partisipan. Selama peneliti terjun ke lapangan melihat posisi strategis dan sangat cocok membangun sebuah usaha. posisi toko yang berada di tengah kota dan tepat di pingir jalan membuat toko sangat mudah untuk di kunjungi pelanggan.

Wawancara

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan kepala toko FNR dan beberapa konsumen toko mengenai analisis pembelian konsumen dalam menuntukan suatu produk pakaian di toko FNR Bangkalan, maka peneliti melihat dari beberapa konsumen yang datang ke toko FNR Bangkalan ada beberapa konsumen yang peneliti wawancara. Peneliti telah melakukan wawancara dengan kepala toko dan salah satu pelanggan toko FNR. Berikut ini kutipan hasil wawancara :

Wawancara dengan kepala toko FNR Bangkalan

Peneliti : Dapatkah anda jelaskan mengenai sejarah dan latar belakang toko FNR ini dan kapan didirikan?

Kepala toko : Sejarah toko FNR berawal dari sebuah konveksi di kota Bangkalan. Konvensi ini didirikan oleh Neng Fiqy, konveksi ini atau toko FNR ini berdiri pada bulan april 2013 yang bermula dari ketagihan belanja online, senang muasin mata, lalu di jual lagi. Bermula dari itulah Neng Fiqy merintis bisnis ini, di awal berdirinya konveksi ata yang sekarang toko FNR ini terletak di Pondok Pesantren Syaichona Moh Cholil Bangkalan dan sama sekali tidak mempunyai karyawan tetap, tetapi meatih 10 santrinya untuk belajar dan mendatangkan guru dari Surabaya untuk mengajarnya. Karena bisnis koneveksi tersebut semakin menjamur dan ditambah dengan kemajuan teknologi yang berimbas permintaan pasar akan layanan konveksi di Kota Bangkalan, maka Neng Fiqy berani melebarkan bisnisnya dan menambah karyawannya pada tahun 2017. Saat ini toko FNR Bangkalan mempekerjakan beberapa karyawan. Walaupun telah memiliki karyawan Neng Fiqy tetap ikut terjun secara langsung dalam kegiatan usahanya, hal ini sebagai suatu bentuk pengawasan dan supervisi yang di lakukan beliau terhadap karyawannya agar kualitas yang di berikan oleh konveksi/toko FNR Bangkalan selalu terjaga kualitasnya.

Peneliti : Apakah misi dan visi toko FNR ini? Tolong jelaskan!

Kepala toko : di toko FNR ini mempunyai beberapa misi dan misi. Untuk misi toko FNR yang pertama toko FNR ini menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, kedua membuat sebuah baju apapun gamis dengan kualitas bagus yang menutup aurat dengan sempurna dan dipakai juga nyaman dan menjadikan sentra utama dan *gament* dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu bersaing dengan pasar global. Untuk misinya sendiri yang pertama toko FNR merekrut dan menghasilkan SDM yang profesional, kreatif dan kompetitif, kedua toko FNR menghasilkan produk-produk berkualitas dengan desain yang modern dan berkualitas dan yang terakhir misi toko FNR mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen

Peneliti : Produk apa saja yang di tawarkan di toko FNR ini?

Kepala toko : bicara produk di toko FNR ini bisa dibilang cukup lengkap, karena produk yang di jual di toko FNR ini dari pakain anak-anak, perlengkapan bayi, hingga pakaian dewasa, untuk produk pakaian disini kita menyediakan seperti gamis, sarkoci, baju koko anak-anak, batik anak-anak sampai dewasa juga ada, busana muslim juga ada untuk segala usia. Dan untuk perlengkapan bayi disini kita menyediakan seperti susu bayi, baju bayi, peralatan makan bayi, dan masih banyak lagi produk di toko FNR ini.

Peneliti : Siapa sajakah pelanggan dari toko FNR ini? Tolong jelaskan?

Kepala toko : untuk pelanggan di toko FNR ini ada dua jenis untuk yang pertama pelanggan di siang harinya biasanya para ibu rumah tangga anak sekolah, dan orang-orang yang bekerja disiang hari biasanya berbelanja setelah pulang kerja. Untuk di malam harinya biasanya para pekerja yang tidak mempunyai waktu luang di siang harinya sehingga memilih berbelanja di malam harinya. Seperti para guru yang ngajarnya *fullday* atau pekerja yang biasanya pulang malam, dan masih banyak lagi pelanggan yang datang ke toko ini yang saya tidak ketahui.

Peneliti : Menurut anda, apa saja yang menjadi alasan dari pelanggan tersebut untuk memilih produk di toko FNR ini?

Kepala toko : untuk alasan pelanggan memilih berbelanja di toko FNR ini karena kualitas produk di toko ini bagus dan terjaga. Produk di toko ini juga selalu *update* dan terbaru mengikuti apa yang sedang *trend* saat ini dan alasan konsumen bisa juga karena masalah harga, karena di toko FNR ini menjual produk dengan harga yang terjangkau akan tetapi kualitasnya bagus, bahkan bisa bersaing dengan toko-toko lainnya yang harganya lebih tinggi, salah satu alasan pelanggan memilih produk di toko FNR ini bisa juga karena pelayanan disini yang cukup baik sehingga pelanggan merasa nyaman ketika berbelanja.

Peneliti : Strategi apa yang digunakan dan di terapkan di toko FNR ini sehingga pelanggan tertarik berbelanja di toko FNR ini?

Kepala toko : untuk strategi pemasaran di toko FNR ini kita mengandalkan *online* dan *offline*, yang *online* kita memasarkan produk tersebut semenarik mungkin dan mempromosikan di berbagai media social. Pemasaran *online* toko FNR ada *dishope*, *instagram*, *whatsapp*, *facebook* dan untuk pemasaran secara *offline* kita memasarkan secara langsung kepada pelanggan menawarkan pakaian yang sekiranya cocok dengan *style* pelanggan dan menawarkan produk terbaru di toko FNR Bangkalan ini.

Wawancara dengan konsumen yang datang ke toko FNR Bangkalan

Pertanyaan I : Menurut anda bagaimana pelayanan di toko FNR Bangkalan ini?

Konsumen I : Toko FNR memiliki pelayanan after sale service. Dan pelayanan after sale service di toko FNR ini sangat baik karena untuk meningkatkan kesetiaan konsumen dalam berbelanja dan menggunakan produk dari toko FNR, after sales service sangatlah berguna bagi konsumen karena pelayanan purna jual selama masa garansi berupa jaminan kepuasan konsumen apabila tidak ada kecocokan barang yang dibeli untuk di tukarkan atau complain ke toko.

Konsumen II : Menurut saya selama berkunjung ke toko ini saya merasakan pengalaman berbelanja yang baik Karena pelayanan yang diterapkan juga sangat baik. Dan juga kualitas produk disini juga bagus serta harganya juga sangat terjangkau.

Pertanyaan II : Bagaimana menurut anda kualitas produk pakaian yang ada di toko FNR apakah sudah sesuai dengan *trend* dan kebutuhan anda?

Konsumen I : Untuk kualitas produk pakaian di toko FNR ini sangatlah baik dan juga sudah sesuai dengan *trend* saat ini, karena produk di toko FNR tersebut sebagian diproduksi sendiri dan desain produk pakaian di toko ini selalu mengikuti *trend* saat ini karena di toko ini selalu *up to date*.

Konsumen II : Menurut saya mas sudah sangat sesuai meskipun harganya relatif murah tapi barang yang dijual kualitasnya sangat menjanjikan.

Pertanyaan III : Apakah harganya sudah sesuai dengan kualitas produk pakaian yang jual?

Konsumen I : Untuk kualitas produk yang dijual itu sudah sesuai dengan harga yang diberikan dari toko ini. Tapi bukan berarti yang harganya murah kualitasnya tidak menjamin karena di toko FNR ini kualitas produk dan kepuasan konsumen lebih diutamakan.

Konsumen II : Saya kurang tau pasti karena saya kurang begitu paham dengan dunia perpasaran tapi kalau saya Tanya dengan konsumen lain yan juga pernah berbelanja kesini mereka mengatakan kalau disini cukup murah kalau dibandingkan dengan harga yang ada di shopee lumayan murah jika dihitng dengan ongkirnya.

Petanyaan IV : Apakah pilihan produk pakaian di toko FNR memiliki banyak varian untuk segala usia dan gaya hidup?

Konsumen I : Untuk produk pakaian di toko FNR ini memiliki banyak varian mulai dari umur 0 tahun sampai pakaian dewasa, jadi kita bisa memilih produk pakaian yang sesuai dengan pilihan kita dan gaya hidup masing-masing.

Konsumen II : Kalau menurut saya sudah lumayan lengkap karena bisa dikatakan ada mulai dari perlengkapan balita sampai orang dewasa, kecuali pakaian pria dewasa, karena di toko FNR ini toko yang menjual busana wanita dan anak-anak.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang analisis keputusan pembelian konsumen dalam menentukan suatu produk pakaian di toko FNR bangkalan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelayanan dapat berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen di toko FNR Bangkalan, karena konsumen tidak hanya meihat produk, namun juga terdapt interaksi layaknya obrolan ringan dengan orang yang mewakili bisnis anda. Jika pihak anda memberikan pelayanan yang baik, maka konsumen akan mengingat perusahaan anda dengan baik, namun jika sebaliknya maka akan sangat mungkin anda akan kehilangan pelanggan anda dan mendapat penilaian buruk dari pelanggan.
2. Kualitas produk dapat menentukan seberapa kuat perusahaan dapat bersaing di pasar sehingga perusahaan harus lebih memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk sesuai yang diharapkan dan dibutuhkan konsumen.
3. Harga juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko FNR Bangkalan, maka toko harus menetapkan harga yang tepat agar para konsumen tidak keberatan memiliki suatu produk tersebut.
4. Variasi produk juga tidak kalah penting berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko FNR Bangkalan, karena variasi produk yang lebih banyak akan membuat konsumen tidak hanya tertarik untuk memiliki suatu produk saja, tetapi akan berminat dengan produk lainnya.
5. Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan oleh para pengusaha yang benar-benar mempunyai jiwa wirausahawan, contohnya seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide untuk mengembangkan usahanya baik dalam berinovasi maupun memberi kenyamanan pada pelanggan, seorang yang mempunyai jiwa wirausaha akan terus belajar dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan serta memiliki jiwa yang dapat menerima suatu tantangan terutama saat usahanya mengalami kegagalan. Karena dalam dunia usaha persaingan yang sangat ketat maka harus siap menerima apapun resikonya, maka seorang wirausaha harus bisa memahami lingkungan sekitar agar mengetahui peluang-peluang serta ancaman-ancaman apa saja yang akan dihadapi.
6. Dari wawancara dengan kepala toko yang peneliti dapat simpulkan bahwa pelanggan memilih berbelanja di toko FNR, karena kualitas produk yang bagus, produk yang di jual selalu *up to date* mengikuti apa yang sedang *trend*, sehingga konsumen tidak ragu dengan barang yang dibeli, pelayanan di toko FNR juga bagus dan perlengkapan di toko FNR terbilang lengkap, karena menjual berbagai produk mulai dari berbagai macam pakaian, perlengkapan bayi sampai dewasa, dari perlengkapan mandi, makan, dll. Harga yang dijual juga sangat terjangkau bagi kalangan menengah kebawah

SARAN

a) Bagi Toko FNR

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan di atas bagi toko FNR diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk pakaian di toko FNR, karena dengan meningkatnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk pakaian maka tujuan toko bisa tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

b) Bagi STKIP PGRI Bangkalan

Dengan adanya penelitian yang berjudul “Analisis Keputusan Pembelian Dalam Menentukan Suatu Produk Pakaian (Studi Kasus Di Toko FNR Bangkalan)” dapat menambah referensi bagi pihak fakultas sebagai kontribusi yang berarti bagi pengembangan dunia keilmuan selanjutnya.

c) Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti merasa bahwa penelitian ini masih belum sempurna oleh karena itu, peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya dapat lebih menyempurnakan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 143-150.

Masnan, S., & Mardilah, M. (2020). Analisis Motivasi Konsumen Dalam Proses Keputusan Pembelian Busana Syar'i Terhadap Mahasiswa Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(1), 13-22.

Putri, Citra Sugiono (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Cherie melalui minat beli. *Jurnal manajemen dan star up bisnsi*. Vol(1), no 5

Rosif, M. D., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2015). Analisis Gaya Hidup Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Batik pada Pasar Grosir Setono Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 393-402.

Setiadi, j. Nugroho. (2019). Perilaku konsumen: *perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. PrenadaMedia grub : Jakarta

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (2015). Bandung : CV. Alfabeta

Syahbuddin, A. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor (Studi Pada Masyarakat Petani Kopi di Desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. (2019). Yogyakarta : CV Andi Offset

Susanto, Ahmad. (2013). *Terori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar*. Jakarta: kencana