

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.*