

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian kebutuhan pokok (sembako) di Toko Grosir Sinar Arun 2 yang berlokasi di Krueng Geukueh. Proses pengambilan keputusan konsumen menjadi aspek penting karena mencerminkan pertimbangan rasional maupun emosional yang memengaruhi perilaku pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain kebutuhan mendesak, rekomendasi dari orang terdekat, kenyamanan berbelanja, kelengkapan produk, dan harga yang terjangkau. Konsumen cenderung memilih tempat belanja yang memungkinkan mereka memenuhi seluruh kebutuhan pokok dalam satu lokasi, sehingga lebih praktis dan efisien. Selain itu, pengalaman positif saat berbelanja, seperti pelayanan yang ramah, kondisi toko yang tertata rapi, serta lokasi yang mudah dijangkau, memperkuat kecenderungan konsumen untuk kembali melakukan pembelian. Pemilik toko yang konsisten menjaga kualitas pelayanan, menyediakan produk secara lengkap, serta menawarkan harga yang bersaing, terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa semakin baik pengalaman berbelanja dan kemudahan yang dirasakan, semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pemilik usaha grosir maupun ritel lain dalam merancang strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih efektif guna mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci: Keputusan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Pelayanan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the consumer decision-making process in purchasing basic necessities (groceries) at Sinar Arun 2 Wholesale Store located in Krueng Geukueh. The consumer decision-making process is an important aspect as it reflects both rational and emotional considerations that influence purchasing behavior. The findings reveal that consumer decisions are influenced by several main factors, including urgent needs, recommendations from close relatives, shopping convenience, product completeness, and affordable prices. Consumers tend to choose shopping places that allow them to fulfill all their basic needs in one location, making the process more practical and efficient. In addition, positive shopping experiences such as friendly service, well-organized store conditions, and accessible locations strengthen consumers' tendency to make repeat purchases. Store owners who consistently maintain service quality, provide complete product availability, and offer competitive prices are proven to increase consumer satisfaction and loyalty. Therefore, this study emphasizes that the better the shopping experience and convenience perceived by consumers, the higher their tendency to make continuous repeat purchases. These findings can serve as a reference for wholesale and retail business owners in designing more effective service and marketing strategies to retain customers.

Keywords: Consumer Desition, Price, Product Quality, Location, Survice.