

Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Suku Cadang di UD Fit Motor Medan

Analysis of Consumer Decision Making in Purchasing Spare Parts at UD Fit Motor Medan

Frenky Tanaka ¹⁾, Arwin Arwin²⁾*, Yuliana Yuliana³⁾

^{1),2),3)}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian suku cadang di UD Fit Motor Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Data yang diperoleh dari wawancara terstruktur dilakukan melalui pengecekan validitas dengan menggunakan triangulasi sumber. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel, jumlah informan yang diwawancarai berjumlah 5 (lima) orang konsumen dengan pertimbangan sudah melakukan pembelian berulang selama 6 (enam) bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data yaitu data primer yang diperoleh dari informan, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan lain-lain. Metode analisis data mencakup 3 (tiga) kegiatan yakni reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan konsumen selalu mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian dengan alasan kualitas produk ditentukan oleh harga dari suatu produk, konsumen selalu melihat produk terlebih dahulu secara langsung sebelum melakukan pembelian, konsumen memiliki lokasi yang dekat dengan lokasi usaha, konsumen membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan, Perilaku Konsumen, Pembelian

Abstract

This study aims to analyze consumer decision making in purchasing spare parts at UD Fit Motor Medan. The research method used is descriptive qualitative research method. In this study, the data collection technique used was structured interview. Data obtained from structured interviews were carried out through validity checking using source triangulation. The sampling technique used is purposive sampling where the sample is selected based on certain considerations. In sampling, the number of informants interviewed was 5 (five) consumers with the consideration that they had made repeated purchases for the last 6 (six) months. This study uses 2 (two) types of data, namely primary data obtained from informants, and secondary data obtained from books, journals, and others. The data analysis method includes 3 (three) activities, namely data reduction, data display, and drawing conclusions. The results show that consumers always consider the price before making a purchase on the grounds that product quality is determined by the price of a product, consumers always see the product firsthand before making a purchase, consumers have a location close to the business location, consumers buy products according to their needs.

Keywords: Decision Making, Consumer Behavior, Purchase

*E-mail: arwin.my@live.com



PENDAHULUAN

Usaha Dagang adalah suatu bentuk bisnis atau usaha dalam kegiatan utamanya adalah membeli dan menjualnya kembali kepada konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan laba dan keuntungan tanpa merubah kondisi barang yang dijual (Arwin, Lius, et al., 2019). Usaha ini bisa menjual satu jenis atau beberapa jenis barang dalam jumlah grosir atau pengeceran langsung ke konsumen. Persaingan bisnis saat ini semakin dinamis, kompleks, dan tidak pasti (Arwin, Ciamas, et al., 2019) sehingga memacu para pengelola usaha untuk dapat berpikir secara kreatif, inovatif (Yuliana et al., 2019; Yuliana, Arwin, Supriyanto Supriyanto, et al., 2020). Pengusaha dituntut bukan hanya sekedar menawarkan harga yang menarik, dan membuatnya mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkan (Arwin et al., 2021; Evelyn et al., 2021; Imelda et al., 2021; Wandu et al., 2021; Yuliana, Arwin, & Pratiwi, 2020). Pengusaha juga perlu mengembangkan promosi pemasaran yang efektif terutama para konsumen. Fungsi pemasaran berperan sangat penting bagi setiap pengusaha dalam melakukan penjualan terhadap konsumen (Yuliana et al., 2019). Persaingan dalam pemasaran yang sangat ketat mengakibatkan banyak pengusaha kesulitan (Harahap et al., 2021; Widya et al., 2021) dalam memenuhi keinginan konsumen, hal ini menyebabkan pengusaha menempatkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Martono et al., 2021). Semakin banyak pengusaha yang memasuki pemasaran yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang sangat banyak untuk melakukan keputusan pembelian.

Produk yang dijual di UD Fit Motor berupa suku cadang sepeda motor. Dari data informasi yang diperoleh penulis bahwa sebagian konsumen sulit untuk melakukan keputusan dalam memilih produk, produk yang tersedia sangatlah banyak sehingga konsumen diberikan pilihan untuk memilih produk apa yang cocok untuk kebutuhan mereka. Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di UD Fit Motor. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti, mengetahui apa yang membuat para konsumen menentukan keputusan pembelian suku cadang di UD Fit Motor.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah sikap mengenai perseorangan, golongan atau lembaga dan tahapan yang mereka lalui guna menentukan, mengamankan, dan mengonsumsi produk, pengalaman atau ide untuk kepuasan (Armstrong et al., 2014). Konsep pendekatan perilaku konsumen mengajarkan agar pemasar cenderung memiliki orientasi lebih kepada pelanggan dan bukan hanya sekedar menjual apa yang diproduksi perusahaan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan, dan lain sebagainya. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan suatu perilaku konsumen. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengonsumsi suatu barang.

Keputusan Pembelian

Menurut (Armstrong et al., 2014) mengatakan bahwa pada umumnya keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara *purchase intention* dan *purchase decision*. Faktor pertama adalah sikap

orang lain, jika seseorang yang penting bagi konsumen tersebut berpikir bahwa akan lebih baik kalau membeli produk yang harganya paling murah, maka keinginan konsumen tersebut untuk membeli produk yang lebih mahal akan menurun. Faktor kedua adalah *unexpected situational factors*. Konsumen akan membeli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan falsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah, dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya ada pada satu variabel atau lebih. Melalui penelitian deskriptif dapat diperoleh deskriptif rumusan masalah yaitu tanggapan konsumen atas keberagaman produk dan kepuasan konsumen. Dimana penulis menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi pertimbangan penulis dalam pengambilan sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian berulang kali selama enam bulan terakhir yang berjumlah 5 (lima) orang.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari sumbernya, sehingga penulis merupakan orang yang langsung mendapatkan data di UD Fit Motor. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan wawancara. Data sekunder mencakup data pendukung yang diperoleh dari dokumen UD Fit Motor seperti struktur organisasi perusahaan ataupun data-data diperoleh dari berbagai sumber yang berhubungan dengan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2018) pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dengan jenis terstruktur. Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2018) mengemukakan teknik analisis data yaitu: (1) Pengumpulan data dari informan secara langsung, baik dari dokumen atau arsip yang terkait; (2) Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya; (3) Penyajian data adalah menampilkan data. Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya; (4) *Conclusion drawing* yaitu penarikan kesimpulan, dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah ada dengan memperhatikan hasil wawancara, dan dokumentasi berupa data-data awal yang belum siap digunakan dalam analisis, setelah data tersebut direduksi dan disajikan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber dalam hal pengujian kredibilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan 5 (lima) orang pelanggan dalam penelitian ini, maka penulis mendapatkan temuan dalam penelitian ini tentang pengambilan keputusan konsumen yang beragam:

1. Para konsumen yang datang selalu melakukan pertimbangan harga sebelum mengambil keputusan dalam proses pembelian sparepart sepeda motor, karena melihat hasil wawancara dari 5 responden ada 3 responden yang selalu mementingkan harga sebelum melihat kualitas produk sedangkan responden lainnya tidak teralu mempertimbangkan harga.
2. Para konsumen pernah merasa kecewa dengan pelayanan dari UD Fit Motor, yang disebabkan oleh kualitas dari beberapa produk yang rusak dan beberapa konsumen merasa tidak dilayani.
3. Wawancara ini membuktikan bahwa harga produk yang diberikan oleh UD Fit Motor merupakan harga yang kompetitif, sehingga para konsumen yang datang melakukan pembelian tidak hanya membeli kebutuhan pokok mereka melainkan kebutuhan tersier.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian tersebut penulis dapat menarik kesimpulan dari beberapa perspektif. Pada perspektif ekonomi, konsumen selalu mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian dengan alasan kualitas produk ditentukan oleh harga dari suatu produk. Pada perspektif pasif, konsumen selalu melihat produk terlebih dahulu secara langsung sebelum melakukan pembelian. Pada perspektif kognitif, konsumen memiliki lokasi yang dekat dengan lokasi usaha. Dan pada perspektif emosi, konsumen membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Arwin, A., Ciamas, E. S., Siahaan, R. F. B., Vincent, W., & Rudy, R. (2019). Analisis Stress Kerja Pada PT. Gunung Permata Valasindo Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 75–78.
- Arwin, A., Lius, W., Mediyanti, S., Siahaan, R. F. B., & Utama, T. (2019). Analisis Penyusunan Anggaran Pada CV. Buana Raya Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1).
- Arwin, A., Yuliana, Y., & Erika, E. (2021). Dampak Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT Teguh Jaya Mandiri): Impact of Leadership and Work Environment on Employee Performance (Case Study at PT Teguh Jaya Mandiri). *BISMA Cendekia*, 1(2), 60–66.
- Evelyn, J., Arwin, A., Yuliana, Y., Siahaan, R. F. B., & Lisa, L. (2021). Dampak Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada CV Omama Opapa Food Industry Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 285–289.
- Harahap, Z. P., Arwin, A., Yuliana, Y., Nugroho, N., & Ivone, I. (2021). Analisis Motivasi Kerja Karyawan di CV Fawas Jaya Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 507–511.
- Imelda, I., Yuliana, Y., Arwin, A., Vincent, W., & Williny, W. (2021). Dampak Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada PT Bintang Anugrah Plafonindo Palembang. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 273–277.
- Martono, Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (SENSASI)*, 3(1), 411–415.
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Wandi, W., Arwin, A., Yuliana, Y., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada CV Mekarsari Bakery Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 486–490.
- Widya, W., Arwin, A., Yuliana, Y., Ciamas, E. S., & Siahaan, R. F. B. (2021). Analisis Motivasi Karyawan di PT Citra Kesawan Selaras Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 491–495.

- Yuliana, Y., Arwin, A., & Pratiwi, J. D. (2020). Dampak Gaji Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Cipta Mandiri Agung Jaya). *BISMA Cendekia*, 1(1), 1–6.
- Yuliana, Y., Arwin, A., Supriyanto Supriyanto, D. A., & Siemin, E. (2020). A Study on the Challenges of Organisational Learning in Perguruan Tinggi Cendana, Medan-Indonesia. *ICASI 2020: Proceedings of the 3rd International Conference on Advance & Scientific Innovation, ICASI 2020, 20 June 2020, Medan, Indonesia*, 129.
- Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019). Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 106–108.