

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
Volume 2, Nomor 3, Juni 2023, Halaman 172-176
ISSN: 2986-7002
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8051688>

Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian pada Toko Bangunan Pintu Rizki

Fani Bahari¹, Yoga Putra Pratama², Dwi Epty Hidayaty³, Santi Pertiwi Hari Sandi⁴

¹²³⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-mail: [¹mn21.fanibahari@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.fanibahari@mhs.ubpkarawang.ac.id), [²mn21.yogapratama@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.yogapratama@mhs.ubpkarawang.ac.id),
[³dwi.epty@ubpkarawang.ac.id](mailto:dwi.epty@ubpkarawang.ac.id), [⁴santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id](mailto:santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)

Abstrak

Perkembangan usaha bisnis saat ini menuntut konsumen bersikap pintar, cermat, efisien dan efektif dalam memilih produk yang diinginkan. Dengan sikap itu, maka konsumen tidak akan kecewa dengan produk apa yang telah mereka beli. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Toko Bangunan Pintu Rizki adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang retail bahan bangunan yang terletak di Jln. Gempol, Tanjungpura, Karawang. Usaha ini berdiri mulai tahun 2010 saat ini memiliki sebanyak 8 orang karyawan. Kegiatan yang dilaksanakan oleh toko ini yaitu menyediakan dan melayani kebutuhan konsumen dalam berbelanja bahan bangunan. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah observasi, ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengambilan keputusan konsumen dalam konteks pembelian di toko bangunan Pintu Rizki. Observasi ini juga memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja di toko Pintu Rizki. Hasil dari artikel ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung membeli produk yang berkualitas tinggi dan memiliki harga yang terjangkau. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan faktor-faktor seperti reputasi toko, ketersediaan produk, dan pelayanan yang diberikan oleh toko.

Kata Kunci: *Pengambilan keputusan konsumen, pembelian, toko bangunan.*

Abstract

The development of today's business ventures requires consumers to be smart, careful, efficient and effective in choosing the desired product. With that attitude, consumers will not be disappointed with what products they have purchased. Requirements that must be met by a company to be successful in competition is trying to achieve goals by maintaining and increasing customers. Pintu Rizki Building Store is a business engaged in the retail sector of building materials, located on Jln. Gempol, Tanjungpura, Karawang. This business was founded in 2010 and currently has 8 employees. The activities carried out by this shop are providing and serving the needs of consumers in shopping for building materials. The method used in this article is observation, it aims to find out about consumer decision making in the context of purchasing at Pintu Rizki's building store. This observation also provides insight into the factors that influence consumer purchasing decisions in shopping at Pintu Rizki stores. The results of this article show that consumers tend to buy products that are of high quality and have affordable prices. In addition, consumers also consider factors such as store reputation, product availability, and services provided by the store.

Keywords: *Consumer decision making, purchases, building shops.*

PENDAHULUAN

Pengambilan keputusan konsumen merupakan salah satu aspek yang krusial dalam dunia bisnis, terutama dalam konteks pembelian produk atau layanan. Para penjual dan

pemasar perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen agar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan pasar mereka. Dalam konteks ini, observasi ini akan memfokuskan pada pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian pada toko bangunan Pintu Rizki.

Toko Bangunan Pintu Rizki adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang retail bahan bangunan yang terletak di Jln. Gempol, Tanjungpura, Karawang. Usaha ini berdiri mulai tahun 2010 saat ini memiliki sebanyak 8 orang karyawan. Kegiatan yang dilaksanakan oleh toko ini yaitu menyediakan dan melayani kebutuhan konsumen dalam berbelanja bahan bangunan. Toko bangunan Pintu Rizki dalam menjaga kelangsungan usahanya sangat tergantung pada kemampuan mereka untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen. Dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat, pemilik toko harus mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko bangunan Pintu Rizki agar dapat merumuskan strategi yang tepat agar menarik konsumen untuk membeli dan mempertahankan pelanggan.

Sebagai toko bangunan yang berada di tengah kota, Pintu Rizki memiliki banyak pesaing di sekitarnya. Oleh karena itu, penting bagi toko ini untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

METODE

Dalam artikel ini Jenis metode yang digunakan dalam Kunjungan UMKM adalah Deskriptif dengan pendekatan observatif. Yang dimana artikel ini bertujuan untuk melakukan pengamatan dan pengumpulan data melalui proses wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku usaha dan konsumen saat berbelanja di toko bangunan Pintu Rizki, dengan cara mengamati perilaku konsumen saat memilih produk, berinteraksi dengan penjual dan pembeli sampai melakukan pembayaran. Kegiatan kunjungan industrial UMKM dilakukan pada toko bangunan Pintu Rizki yang berlokasi di sebrang jalan pintu perlintasan kereta Jl. Gempol, tanjungpura, Karawang barat. Objek pada observasi ini adalah pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian pada toko bangunan Pinru Rizki. Penulisan ini akan memfokuskan pada apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk meningkatkan penjualan dan memuaskan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi yang kami lakukan pada pemilik usaha. Awal mula usaha ini berdiri yaitu pada tahun 2000 dengan memulai usahanya dengan hanya menjual pasir. Seiring bertambahnya peminat pada usahanya, pemilik usaha pun menambahkan barang pada usahanya tersebut seperti semen, batu split. Setelah berjalan lama dan semakin banyak peminat pada usaha tersebut, pemilik usaha pun membangun sebuah toko bangunan pada tahun 2010 dan menambahkan lebih banyak produk yang lebih lengkap agar memudahkan dalam proses jual beli tersebut. Lalu pemilik usaha menamai toko tersebut dengan “TB. PINTU RIZKI”. Usaha material juga sangat menjanjikan karena material pasti dibutuhkan oleh orang-orang seperti ingin membangun atau merenovasi sebuah rumah.

Berdasarkan observasi yang kami lakukan pemilik usaha memberikan gambaran kepada kami, modal yang di butuhkan untuk membangun sebuah material ini. Pada awal membangun usaha, pemilik usaha mencoba untuk meminjam uang kepada bank sebagai modal awal untuk membangun sebuah material. Modal yang diperlukan kurang lebih 1 Miliar untuk membangun sebuah usaha material tersebut. Itu hanya gambaran saja tiap usaha pasti berbeda-beda.

Pemilik usaha melakukan promosi awal dengan cara orang ke orang, atau yang biasa kita sebut rekomendasi orang lain. Dengan cara itu, pemilik usaha mendapatkan banyak

pelanggan sehingga tokonya pun menjadi ramai pembeli. Selain itu pemilik usahapun mempromosikan usahanya lewat media sosial, sehingga banyak orang yang mengetahui keberadaan dari usahanya tersebut.

Tabel.1 Berdasarkan hasil observasi yang kami lakukan, berikut data pengambilan keputusan konsumen pada toko bangunan Pintu Rizki :

No	Nama Pembeli	Pelayanan	Kualitas Produk	Harga Produk	Reputasi Toko	Kelengkapan
1	Yanto	✓	✓	✓	✓	
2	Budi	✓		✓	✓	✓
3	Tugiman	✓	✓	✓		✓
4	Leon	✓	✓		✓	✓
5	Malik	✓	✓	✓		✓

Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Bangunan Pintu Rizki dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berikut ini adalah beberapa pembahasan mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam konteks toko bangunan pintu Rizki pada tabel diatas :

Kualitas Produk: Konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas pintu yang ditawarkan oleh Toko Bangunan Pintu Rizki. Mereka mungkin mencari pintu yang tahan lama, kokoh, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kualitas material, bahan pintu, kekuatan konstruksi, serta faktor keamanan dan ketahanan terhadap cuaca dan cuaca juga akan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen.

Harga: Harga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Konsumen akan membandingkan harga pintu yang ditawarkan oleh Toko Bangunan Pintu Rizki dengan harga di toko lain atau merek lain. Mereka juga akan mempertimbangkan nilai dari pintu tersebut, yaitu kualitas dan fitur yang mereka dapatkan dengan harga yang mereka bayar.

Ketersediaan Produk: Konsumen cenderung mencari pintu yang tersedia di Toko Bangunan Pintu Rizki dengan berbagai variasi dan pilihan. Ketersediaan produk yang cukup dan beragam dapat memberikan konsumen lebih banyak opsi untuk memilih pintu yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka

Reputasi Toko: Reputasi Toko Bangunan Pintu Rizki juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Jika toko memiliki reputasi yang baik dalam hal pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan sebelumnya, konsumen akan lebih condong untuk memilih untuk berbelanja di sana. Reputasi yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh toko.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa, ada beberapa faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam pembelian produk pada toko bangunan Pintu Rizki. Tetapi untuk memaksimalkan keputusan konsumen tersebut bahwa pemilik harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pembelian dan agar konsumen dapat kembali membeli barang di toko bangunan Pintu Rizki dan toko tersebut menjadi lebih diminati banyak orang.

PEMBAHASAN

Dalam era digital yang terus berkembang, pembahasan juga dapat mencakup bagaimana penggunaan teknologi, seperti media sosial, e-commerce, atau aplikasi seluler, memengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Konsumen saat ini memiliki akses lebih besar ke informasi, ulasan, dan opini pengguna lainnya, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Persepsi kualitas dianggap sebagai elemen yang penting sebelum pengambilan keputusan, karena sebelum proses pembelian perilaku konsumen akan membandingkan kualitas produk antar merek yang sejenis dan yang berkenaan dengan harga dari suatu produk tertentu. Perilaku konsumen sebelum menentukan keputusan pembelian akan mengevaluasi manfaat apa saja yang diperoleh dan memperhatikan fisik dari produk itu sendiri, seperti kinerja produk, daya tahan, kemasan dan fiturnya. Terlebih tentang informasi dari konsumen lain pasca pembelian produk tersebut.

Persepsi kualitas dapat menunjukkan diferensi yang menonjol dari suatu produk atau layanan dan menjadi merek yang selektif di benak konsumen. Alasan mengapa *perceived quality* berbeda dengan kualitas sebenarnya adalah karena, citra buruk suatu produk sebelumnya akan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas produk di masa yang akan datang. Selain itu, meskipun kualitas produk telah berubah, konsumen tidak akan mempercayai produk tersebut karena pengalaman mereka yang tidak menyenangkan sebelumnya.

Dari yang kami paparkan diatas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada toko bangunan Pintu Rizki adalah kualitas produk, harga, pelayanan, dan lokasi. Kualitas produk menjadi faktor yang paling penting bagi konsumen dalam memilih produk bangunan. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas tinggi dan tahan lama. Selain itu, harga juga menjadi faktor yang penting bagi konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk. Pelayanan yang baik juga menjadi faktor penting bagi konsumen. Konsumen cenderung memilih toko yang memberikan pelayanan yang ramah dan membantu. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, konsumen juga cenderung membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

KESIMPULAN

Proses pengambilan keputusan konsumen melibatkan langkah-langkah seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan evaluasi pasca-pembelian. Pemasar perlu memahami proses ini dan memengaruhi konsumen pada setiap tahap melalui strategi pemasaran yang tepat.

Penggunaan teknologi, seperti media sosial dan e-commerce, telah memiliki dampak besar pada pengambilan keputusan konsumen. Konsumen memiliki akses lebih besar ke informasi dan opini pengguna lainnya, yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Berdasarkan pembahasan mengenai pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian, dapat diambil beberapa kesimpulan penting. Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, reputasi, kelengkapan, dan pelayanan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan faktor-faktor ini sebelum melakukan pembelian. Toko bangunan Pintu Rizki perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan penjualan dan memuaskan konsumen.

SARAN

Berdasarkan hasil observasi yang telah kami lakukan, ada beberapa saran dari kami untuk toko bangunan Pintu Rizki yaitu Menjaga dan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, kualitas yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen dalam segmen pasar yang dituju. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen, strategi pemasaran dapat lebih efektif atau menciptakan pengalaman pembelian yang positif.

Maka dari itu pemilik harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, toko bangunan Pintu Rizki juga perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, toko bangunan Pintu Rizki dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan penjualan.

Referensi

- Faroh, Wahyu Nurul, and Defri Junaidi. "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2.3 (2019): 111-120.
- Firmansyah, Salman, and Triana Setiyarini. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi Di Sampang." *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 1.2 (2021).
- Taufik, Hidayat. *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Bangunan Atha Mandiri Dukuwaluh)*. 2020. PhD Thesis. IAIN Purwokerto.
- Farid, muhammad. *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk semen gresik (studi pada toko bangunan di kecamatan manyar)*. Diss. Universitas muhammadiyah gresik, 2020.
- Mendrofa, yupiter. "pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada toko pelita jaya (material bangunan) kota gunungsitoli." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen PEMBNAS (jam pembnas)* 2.1 (2019): 30-35.
- Maharaja, rina, mery lani purba, and rika meihayani ginting. "pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada toko bangunan johor mas medan." *jurnal teknologi kesehatan dan ilmu sosial (tekesnos)* 4.2 (2022): 400-410.