

PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SANDAL FIPPER DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Mikhael Felix¹

¹Universitas Widya Kartika

Email : mikhaelfelix25.jh@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang dalam Penelitian ini adalah peneliti bertujuan ingin mengetahui perilaku konsumen dalam membeli produk sandal ber merk Fipper yang berada di mall Tunjungan Plaza Surabaya, meskipun pada saat ini sudah banyak sandal dengan harga murah dan bagus bermunculan, dan Fipper sendiri memiliki harga yang mahal untuk ukuran sandal yang dipakai sehari-hari, tetapi masih bisa bersaing dan bertahan, dan juga masih banyak peminat sandal Fipper dari semua kalangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian sandal fipper di Tunjungan Plaza Surabaya?. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan mengambil sebanyak 10 orang sebagai narasumber, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian kali ini menggunakan analisis deskriptif dengan teknik pengambilan sampel memakai purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat 2 faktor yang membuat konsumen membeli sandal fipper yaitu faktor sosial dan faktor gaya hidup.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Pembelian Sandal Fipper

ABSTRACT

The background in this study is that the researcher aims to find out consumer behavior in buying sandal products with the Fipper brand in the Tunjungan Plaza Surabaya mall, even though at this time many sandals with cheap and good prices have appeared, and Fipper itself has an expensive price for its size. sandals that are worn daily, but can still compete and survive, and there are still many fans of Fipper sandals from all walks of life. The formulation of the problem in this study is how is consumer behavior in purchasing fipper sandals at Tunjungan Plaza Surabaya? The methodology used in this study is a qualitative method and takes as many as 10 people as informants, the data collection technique in this study is by interview. The data analysis technique in this study used descriptive analysis with the sampling technique using purposive sampling. The results of this study found that there were 2 factors that made consumers buy fipper sandals, namely social factors and living factors.

Keywords : *consumer behavior*

1. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Di era modern saat ini, dunia bisnis mulai mengalami perubahan. Konsumen semakin menuntut ada nya kualitas yang baik dalam pembelian suatu produk. Dan bukan hanya perosalan kualitas yang menjadi permasalahan, namun harga dan brand atau tidak nya nama brand bahkan kualitas suatu produk pun menjadi salah satu yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk, hal ini menimbulkan masalah- masalah kompleks bagi produsen, dan menjadi salah satu yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk, dengan begini para produsen terus berusaha untuk menyesuaikan dengan selera konsumen karena hal ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk.

Dan juga dengan meyakinkan konsumen tentang produk yang dijual, Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan tindakan atau perilaku, termasuk aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan itu, yang berhubungan dengan usaha untuk mendapat produk (barang atau jasa) guna memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen merupakan studi

tentang konsumsi yang dilakukan oleh konsumen seperti pertukaran suatu yang bernilai bagi suatu produk atau jasa yang memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen merupakan suatu yang kompleks, sehingga kadang sangat sulit diungkapkan dengan kata-kata, maka dari itu Pentingnya memahami kemauan konsumen dalam produk yang diinginkan telah menjadi perhatian pada sekian banyak industri. Salah satunya ialah industri sandal, sebab perkembangan industri sandal sangat pesat seiring dengan peningkatan permintaan akan sandal dengan kualitas dan model yang lebih modern

Sandal sendiri sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia dalam berpakaian sehari-hari, santai, dan bahkan berlibur, seiring berkeembangannya jaman ke jaman modern ini fungsi dan kegunaan sandal ini semakin bertambah, di jaman dahulu sandal hanya digunakan sebagai alas kaki atau pelindung kaki agar kaki tidak terluka terkena batu ataupun benda yang dapat melukai kaki ketika berjalan, namun seiring berjalannya waktu Sandal adalah salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi dan keberadaannya sangat penting bagi manusia. Selain itu sandal juga termasuk dalam salah satu fashion item yang cukup penting seperti sandal yang sedang ramai pada masa sekarang, yaitu Fipper. Saya memilih produk Fipper ini dikarenakan di tempat asal saya tepatnya di Probolinggo banyak orang yang rela pergi ke Surabaya hanya untuk membeli Fipper dan nama merk Fipper ini begitu terkenal walaupun di kota tempat asal saya belum ada menjual sandal dengan merk fipper.

Untuk memahami perilaku konsumen pun tidak mudah dan setiap konsumen memiliki suatu tingkat kepuasan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya, dan juga memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, begitu pula dengan perilaku konsumen pada pembeli sandal fipper di Tunjungan Plaza Surabaya, Begitu pun dengan Fipper yang bertempat di Mall Tunjungan Plaza 3 di lantai 5, dikarenakan merk nya yang sudah terkenal maka antrian disana pun selalu banyak, fipper di Tunjungan Plaza ini awal dibuka pada tahun 2015, dan berhasil mempertahankan nama merk nya sampai saat ini. <https://id.my-best.com/137951>

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian Sandal Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya?

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian Sandal Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya

MANFAAT PENELITIAN

1. Berharap agar penulisan ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan dan pengalaman mengenai perilaku konsumen dan serta praktek wawancara secara nyata.
2. Sebagai bahan bacaan mahasiswa dalam menyelesaikan studinya di masa yang akan datang dan untuk menambah perbendaharaan di perpustakaan Universitas Widya Kartika.
3. Bermanfaat bagi perusahaan untuk menjadi masukan yang berguna bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan, serta memberikan informasi yang dapat digunakan perusahaan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen

LINGKUP PENELITIAN

Narasumber penelitian adalah semua pengunjung yang pernah membeli produk Sandal Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya dan berumur 17 tahun ke atas

2. METODOLOGI PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6) Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Menurut Sukmadinata (2009), metode kualitatif adalah penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang fenomena, peristiwa, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial secara individual maupun kelompok. Metode kualitatif merupakan kumpulan metode untuk menganalisis dan memahami lebih dalam mengenai makna beberapa individu maupun kelompok dianggap sebagai masalah kemanusiaan atau masalah sosial (Creisweill (2015) sedangkan menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah observasi, dokumentasi dan wawancara, disini peneliti langsung menuju ke tempat objek penelitian dan melakukan observasi terlebih dahulu, setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yang pernah membeli sandal flipper di Tunjungan Plaza Surabaya dan sudah berumur 17 tahun keatas agar peneliti bisa menyimpulkan alasan narasumber membeli sandal flipper dan setelah itu peneliti melakukan dokumentasi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu menurut Sugiyono (2017:147) suatu cara atau metode untuk menganalisis sebuah data atau sampel dengan cara yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan sebuah data atau sampel yang sudah di kumpulkan oleh peneliti sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah melakukan pembelian produk sandal flipper di Tunjungan Plaza Surabaya, dan sampel dalam penelitian ini adalah diambil sebanyak 10 responden yang pernah melakukan pembelian produk sandal flipper di Tunjungan Plaza Surabaya

TEKNIK PENGAMBILAN SAMPLE

Menurut Sugiyono (2015) teknik sampling adalah sebuah cara atau teknik yang digunakan di dalam penelitian untuk pengambilan sebuah sampel. Sampel penelitian ini diambil dengan metode purposive sampling, menurut Sugiyono (2018), purposive sampling adalah suatu cara atau teknik untuk menentukan sebuah sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

ANALISA WAWANCARA

Hasil dari peneliti dalam melakukan wawancara terhadap 10 (sepuluh orang) narasumber, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen para narasumber ini dalam membeli sandal fipper di Tunjungan Plaza Surabaya dipengaruhi oleh faktor sosial dari para narasumber dan juga faktor gaya hidup yang selalu ingin mengikuti perkembangan fashion, terutama dalam memakai sandal.

Faktor gaya hidup narasumber merupakan salah satu dari faktor perilaku konsumen dalam membeli sandal fipper di Tunjungan Plaza Surabaya, Dari hasil analisa diatas terhadap 10 narasumber yang telah membeli produk Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya.

Saya sebagai peneliti telah menemukan adanya pengaruh dari faktor sosial yang membuat narasumber membeli produk fipper, seperti saran dari keluarga dan juga kerabat, dan kebanyakan dari narasumber yang telah saya wawancarai mendapatkan saran dan mengetahui fipper di Tunjungan Plaza Surabaya ini dari keluarga dan kerabatnya, Dengan mendapatkan saran dari orang terdekat, maka kepercayaan untuk membeli suatu produk tersebut pasti meningkat. Menurut Kotler (2002 : 187) faktor sosial adalah selain faktor budaya yang mempengaruhi perilaku konsumen, perilaku seorang konsumen dipengaruhi juga oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

Faktor perilaku konsumen yang kedua dalam pembelian sandal Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya adalah para narasumber ingin mengikuti tren sandal fipper yang ramai digunakan dan ingin mengikuti para influencer di kota kota besar yang telah menggunakan Fipper, meskipun sandal Fipper sendiri memiliki harga yang mahal untuk ukuran sandal yang dipakai sehari-hari, itu semua dilakukan untuk menunjukan pada orang lain bahwa gaya hidupnya menyerupai dengan orang- orang di sekitar nya maupun bisa sama dengan para influencer yang ada di media sosial, bahkan akan merasa malu jika tidak bisa mengikuti hal ataupun tren yang sedang ramai dibicarakan. Hal ini dipengaruhi oleh motivasi dan emosi. Motivasi merupakan keinginan yang muncul dalam diri bertujuan untuk mencapai sesuatu, sedangkan emosi adalah pola reaksi kompleks yang melibatkan pengalaman dan perilaku.

Sesuai dengan pendapat London dan Bitta (dalam Martha dkk, 2008 hlm.5-6) bahwa “faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu budaya, nilai, demografik, kelas sosial, kelompok rujukan, keluarga, kepribadian, motivasi dan emosi, Gaya hidup perilaku konsumen tersebut dapat dikategorikan sebagai gaya hidup yang hedonism, karena hedonisme merupakan adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktivitas tersebut berupa membeli barang yang sama dengan teman” menghabiskan waktu di luar rumah, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian, menurut Susianto (2003).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sandal Fipper di Tuinjungan Plaza Surabaya dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti : Menurut data dan informasi yang sudah didapatkan dari narasumber, faktor sosial dan gaya hidup sangat membentuk perilaku konsumen dalam penelitian ini, seperti saran dari keluarga dan kerabat, karena saran dari orang terdekat bisa meningkatkan tingkat kepercayaan seseorang dalam membeli suatu produk, dan meskipun harga nya tidak murah para konsumen ini tetap membeli sandal fipper di karenakan mereka akan merasa malu jika tidak bisa mengikuti tren yang sedang ramai atau bisa dibilang gengsi.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sandal Fipper di Tunjungan Plaza Surabaya, peneliti memiliki beberapa saran agar fipper kedepan nya tetap bisa bersaing dalam bisnis sandal:

1. Agar Fipper bisa meningkatkan promo agar bisa meningkatkan penjualan di Fipper Tunjungan Plaza Surabaya
2. Menciptakan inovasi baru dalam membuat sandal yang mengikuti tren jaman seperti membuat sandal flip on yang lagi ramai dipakai sekarang ini

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hikmawati, Fenti (2017). Metodologi Penelitian. Depok : Gaja Grafindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. Marketing Management. Pearson Education Inc.
- Moleong L. J. 2011. Metodologi Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyadi, Mohammad. 2016. Metode Peneltan Praktis Kualitatif & Kuantitatif. Jakarta: Publica Press