

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN ONLINE DI SURABAYA

Maysel¹

¹Universitas Widya Kartika

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: analisis keputusan pembelian sepatu pvn online di Surabaya. Dalam era digital ini pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan di mana transaksi pembelian produk dilakukan secara online. Keputusan pembelian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian produk yang dilakukan dalam hal ini juga harga termasuk keputusan pembelian karena konsumen selalu membentuk persepsi nilai suatu produk konsumen cenderung membandingkan harga yang sesuai agar dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian. Dalam kualitas produk juga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses pembelian karena produk dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasaan pada konsumen sehingga dapat meningkatkan pembelian sepatu pvn. Dalam hal ini sepatu pvn ini konsumen tidak hanya mempertimbangkan penampilan tren atau model tetapi juga harga dan kualitas agar terhadap pengambilan keputusan pembelian serta strategi pemasaran yang dapat di terapkan oleh konsumen.

Kata kunci: keputusan pembelian,harga,dan,kualitas produk

Abstract

This study aims to analyze: analysis of online pvn shoe purchasing decisions in Surabaya. In this digital era, people's consumption patterns have changed where product purchasing transactions are carried out online. Purchasing decisions are factors that can influence the level of consumer decisions in purchasing products made in this case also the price is included in purchasing decisions because consumers always form a perception of the value of a product consumers tend to compare appropriate prices in order to encourage purchasing decisions. In product quality is also one of the main considerations in the purchasing process because products with good quality will provide satisfaction to consumers so that they can increase the purchase of pvn shoes. In this case, consumers do not only consider the appearance of trends or models of pvn shoes but also the price and quality so that they can make purchasing decisions and marketing strategies that can be applied by consumers.

Keywords: *purchasing decisions, price, and product quality*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan dan perubahan terus berlanjut di semua aspek kehidupan modern dan kontemporer, semuanya demi mencapai kehidupan yang lebih sejahtera. Dunia saat ini sedang menjalani era yang dikenal sebagai globalisasi, di mana kita semua terhubung dan bercita-cita mencapai tujuan bersama. Komunikasi dan informasi menyebar ke seluruh dunia melalui media elektronik dan cetak, dan kita semua memiliki kemampuan untuk berinteraksi.

E-commerce adalah implementasi yang dapat mendorong sistem penjualan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Penjualan melalui saluran elektronik inilah yang dikenal sebagai e-commerce. Hal ini memberikan peningkatan pendapatan dan peluang bisnis yang berharga. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan saat ini berlomba-lomba menyediakan layanan daring, baik sebagai pengganti maupun pelengkap layanan luring konvensional. Sub judul ditulis dengan huruf tebal dengan format UPPER CASE dan disusun rata kiri dengan nomor dan di bold. Sub sub judul ditulis dengan huruf tebal dengan format Title Case dan disusun rata kiri dengan nomor dan di bold. Sub sub sub judul ditulis dengan huruf tebal dengan format Sentence case dan disusun rata kiri dengan nomor dan di bold.

Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai e-commerce, memungkinkan sistem pemasaran dilakukan secara elektronik. Industri e-commerce telah mengalami pertumbuhan yang pesat secara global dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya akses internet, seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadi faktor penting dalam pertumbuhan e-commerce. Seiring berjalannya waktu, pelanggan semakin terbiasa dengan belanja online, yang menawarkan lebih banyak pilihan produk dan kemudahan dibandingkan belanja tradisional.

Perusahaan e-commerce mempertimbangkan kemajuan teknologi dengan cara yang lebih inovatif, kritis, dan kreatif untuk bersaing. Hal ini penting ketika merancang taktik bisnis untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan ini, e-commerce harus berupaya memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui produksi barang dan jasa berkualitas tinggi. Internet telah mempermudah berbagai aktivitas sosial, termasuk berbelanja. Orang-orang cukup menggunakan komputer atau ponsel mereka untuk mencari dan memesan barang yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Praktik ini dikenal sebagai e-commerce atau belanja daring.

Sejak tahun 2015, Shopee telah hadir di Indonesia dan menjadi salah satu platform jual beli online yang paling banyak digunakan di negara ini. Portal berita kontan.co.id melaporkan bahwa Shopee merupakan platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna, sehingga dipilih sebagai subjek penelitian ini. Shopee merupakan layanan ecommerce yang rutin digunakan dan diulas oleh masyarakat untuk belanja online pada tahun 2020, di antara platform e-commerce lain yang tersedia di Indonesia.

Brand sepatu lokal saat ini sedang berkembang pesat. Dari segi kualitas, mereka memperkuat posisinya di dunia bisnis dengan menyempurnakan kualitas produk agar dapat bersaing dengan merek asing. Fenomena ini didasari oleh persaingan yang ketat antar perusahaan alas kaki lokal yang memproduksi produk lokal dengan beragam merek dan desain kontemporer. Salah satunya adalah PVN Shoes, merek lokal yang sangat populer di kalangan remaja, terutama wanita. Sepatu ketsnya nyaman digunakan sehari-hari dan menampilkan warna-warna menarik serta desain kontemporer.

PVN Shoes berfokus pada pemasaran produknya melalui aplikasi belanja online seperti Shopee, karena platform ini merupakan salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini oleh berbagai kalangan, termasuk dewasa dan remaja. Hal ini dikarenakan Shopee menawarkan berbagai fitur menarik dan sangat mudah digunakan oleh konsumen saat bertransaksi online. Di aplikasi Shopee, PVN Shoes menawarkan berbagai promosi menarik, seperti gratis ongkir dan diskon produk. Karena alasan inilah, PVN Shoes sangat diminati di aplikasi tersebut, dan telah menjadi merek lokal yang sebagian besar penjualannya dilakukan melalui Shopee.

Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah, dalam hal popularitas di Surabaya, sepatu PVN sudah termasuk yang paling diminati oleh para wanita. Menurut JATIMTIMES, merek lokal Donatello dan Donetella adalah yang paling populer, tetapi sepatu PVN termasuk yang paling dicari. Berkat kualitasnya yang unggul, merek ini dikenal luas di kalangan wanita.

Merek alas kaki ini terkenal menawarkan sepatu kets, sandal, wedges, sepatu hak tinggi, dan bahkan sepatu sekolah. Ciri khasnya adalah beragam desainnya yang fleksibel dan tak lekang oleh waktu, dengan harga terjangkau mulai dari 110.000 hingga 209.000 rupee. Di sisi lain, salah satu pilihan terbaik dan salah satu merek lokal yang paling direkomendasikan adalah sepatu PVN.

Merek alas kaki wanita ini, seperti yang diharapkan, menawarkan beragam sepatu yang nyaman untuk segala aktivitas, termasuk kuliah, sekolah, dan jalan-jalan. PVN juga memiliki beragam pilihan sepatu dengan beragam desain untuk setiap produknya. Meskipun sepatu PVN terjangkau, dengan harga antara 139.000 dan 169.000 rupee, kualitas dan daya tahannya terjamin.

Salah satu tantangan yang dihadapi konsumen saat membeli produk secara online adalah ketidakmampuan untuk menyentuh, melihat, atau menggunakannya sebelum membeli, yang membuat mereka rentan terhadap berbagai bentuk penipuan. Ini termasuk membeli barang palsu dari sumber yang tidak tepercaya, serta produk yang tidak berfungsi atau tidak memenuhi standar pemerintah. Tantangan lain saat membeli produk secara online adalah kualitas barang yang diinginkan tidak selalu sama dengan yang ditampilkan di situs web. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak orang masih memilih untuk membeli di toko fisik.



Gambar 1.1
Gambar resiko pembelian sepatu online

Dalam hal ini, pengalaman dan kepercayaan merupakan faktor yang mendorong pelanggan untuk membeli produk secara daring. Ketika pelanggan melakukan pembelian pertama mereka melalui media sosial dan merasa puas, kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian berulang dan tetap puas.

Hal ini juga dapat terjadi karena citra dan kesadaran merek situs web tidak berdampak langsung pada niat pembelian online. Dalam skenario ini, risiko pembelian secara efektif memediasi jejak merek dan citra situs web yang ada, dan mudah tercermin dalam keputusan pembelian online. Dalam skenario ini, pelaku e-commerce harus mengatasi dan mengelola persepsi negatif pelanggan terhadap risiko pembelian produk secara online. Hal ini juga dapat terjadi jika manajemen risiko yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan berpotensi meningkatkan niat pembelian serta respons positif terhadap produk yang ada.

Merek sepatu PVN kurang dikenal di Indonesia, meskipun populer di Surabaya. IndoFest 2023 juga menampilkan pameran outdoor dan petualangan terbesar di Indonesia, dengan beberapa merek alas kaki lokal dan internasional yang berpartisipasi; hal ini telah membantu produsen sepatu lokal memperluas jangkauan mereka. Bandung adalah rumah bagi banyak produsen sepatu lokal, seperti Ventela, dan semakin banyak orang yang menggunakannya.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian daring pelanggan, seperti kualitas produk, usia, dan status sosial. Penelitian ini dilakukan karena studi-studi sebelumnya masih kontroversial, dan dampaknya terhadap keputusan pembelian daring masih belum jelas.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2019), sering disebut metode naturalistik karena berlangsung dalam konteks alami. Metode penelitian kualitatif didasarkan pada teori dan ditujukan untuk menganalisis objek alami. Dalam prosedur ini, peneliti berperan sebagai pemecah masalah dengan menganalisis dan mengumpulkan data secara bersamaan mengenai permasalahan yang ada. Temuan penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Menurut Sugiyono (2019), makna terletak pada data nyata, dan data yang sebenarnya adalah nilai yang mendasari data yang tampak. Menurut Sugiyono (2019), atribut penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif ini mengharuskan peneliti untuk mengkaji interaksi dan perilaku masyarakat atau konsumen, berinteraksi langsung dengan mereka sebagai anggota masyarakat atau pelanggan. Partisipasi ini memberikan kesempatan yang luas dan terperinci untuk memperoleh informasi dan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Metode kualitatif ini menggunakan data untuk mengumpulkan informasi tentang sepatu pvn langsung dari pelanggan yang telah membeli dan menggunakan produk pvn ini.

2.1. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara, analisis dokumen, dan observasi. Namun, Anwar Bajari (2015) berpendapat bahwa metode pengumpulan data sangat ditentukan oleh bidang penelitian, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, dan teknik analisis data yang digunakan.

2.1.1. Observasi

Salah satu fondasi semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, terutama dalam ilmu sosial dan perilaku manusia, adalah teknik observasi (Adler dan Adler, 1987:389). Observasi ini bersifat sistematis dan dapat dilihat secara konsisten dalam susunan fisik data yang dapat diobservasi. Oleh karena itu, dalam penelitian lapangan etnografi, observasi merupakan komponen penting.

2.1.2. Dokumentasi

Dokumen, seperti rekaman, video, dan foto, digunakan untuk memverifikasi temuan wawancara. Untuk menguatkan informasi yang dikumpulkan dari responden, dokumentasi video, seperti rekaman, digunakan untuk menyimpan informasi. Selain video, foto juga digunakan untuk melengkapi informasi dan memudahkan penyimpanan. Dengan demikian, rekaman diubah menjadi data yang mudah disimpan.

2.1.3. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Menurut Robert Kahn dan Daniel Katz (2006), wawancara adalah interaksi spesifik yang dimulai secara lisan dengan tujuan tertentu dan berfokus pada area konten tertentu, melalui proses berkelanjutan untuk menghilangkan informasi yang tidak relevan. Menurut Kontjaraningrat (2002), wawancara adalah metode pengumpulan informasi dan komunikasi langsung dengan responden

Wawancara juga membantu memperoleh jawaban yang lebih detail, seperti argumen yang lebih tepat dan pemahaman tentang motivasi di balik keputusan. Agar wawancara efektif, terdapat beberapa tahapan. Tahap-tahap tersebut meliputi:

- a. Perkenalkan diri Anda
- b. Jelaskan tujuan kunjungan Anda
- c. Jelaskan konten yang akan ditampilkan
- d. Ajukan pertanyaan yang ringkas dan jelas

2.2. TEKNIK PENGOLAHAN DATA

Teknik pemrosesan data bertujuan untuk menyederhanakan data, sehingga lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian kualitatif ini menggunakan analisis logika komparatif, suatu jenis logika yang memanfaatkan perbandingan. Konseptualisasi kategoris dan deskriptif dikembangkan berdasarkan peristiwa yang diamati selama kegiatan.

2.2.1. Reduksi data

Data yang terkumpul disajikan dalam bentuk laporan atau detail. Laporan ini terdiri dari data-data yang terkumpul, yang kemudian dipilih, diringkas, dan direduksi berdasarkan relevansinya. Data yang diperoleh melalui observasi dan dikategorikan ke dalam unit, tema, dan kategori akan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang temuan observasi, sehingga memungkinkan peneliti untuk mencari informasi tambahan guna menyempurnakan apa yang telah diperoleh.

2.2.2. Penyajian data

Penyajian data merupakan langkah penting kedua dalam analisis. Data yang terkumpul dikategorikan berdasarkan permasalahan utama dan disajikan dalam format matriks, yang memungkinkan peneliti mengenali pola-pola relasional di antara data tersebut. Miles dan Huberman juga menggambarkan "penyajian" sebagai kumpulan informasi terorganisir yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. DESKRIPSI NARASUMBER KUALITATIF

Hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi disajikan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif terhadap data yang terkumpul dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan empat informan yang pernah membeli dan menggunakan sepatu PVN dengan umur 20 tahun keatas.

3.1.1. Analisis data kualitatif

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para informan, maka dilakukan prosedur sebagai berikut: data ditelaah dengan teknikanalisis isi untuk mengetahui pandangan masyarakat Surabaya terhadap alas kaki PVN online.

3.1.2. Reduksi data

Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah memeriksa data wawancara, atau reduksi data. Dalam proses ini, peneliti akan memilih kembali hasil yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber dengan cara berikut:

Tabel 1.1.
Hasil reduksi data pertanyaan ke 1

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet, Rebecca, melani dan elisabet	Media sosial adalah sumber pertama kali mengenal sepatu pvn
2	Melani, musrahmania dan elisabet	Mereka juga mengenal sepatu pvn ini dari kelurga dan teman mereka
3	Elisabet dan Rebecca	Sepatu pvn lihat dari ulasan

Dalam hasil reduksi yang disebutkan di atas, empat sumber menyatakan bahwa sepatu PVN pertama kali dibeli melalui media sosial, sementara tiga sumber lainnya mengaku membelinya saat pertama kali digunakan. Lebih lanjut, dua sumber lainnya menyatakan bahwa ulasan yang mereka lihat sesuai dengan sepatu PVN yang mereka beli. Dalam situasi ini, penelitian menunjukkan bahwa pelanggan sering membeli produk di media sosial untuk menawarkan beragam produk. Terkadang, bahkan dengan pembelian online, terdapat beberapa ulasan untuk setiap pembelian sebelumnya. Hal ini memungkinkan pembeli untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka.

Tabel 1.2.
Hasil reduksi data pertanyaan ke 2

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet dan Rebecca	Sepatu pvn ini memiliki harga yang terjangkau untuk mahasiswa
2	Elisabet dan melani	Model sepatu pvn sangat menarik sesuai dengan trend anak jaman sekarang
3	Elisabet dan melani	Sepatu pvn ini bisa dipakai dalam kondisi apa saja
4.	Musrahmania	Praktis dalam pembelian online

Hasil analisis awal menunjukkan bahwa, menurut dua sumber, sepatu PVN ini terjangkau bagi pelajar; dua sumber lainnya menyatakan bahwa sepatu ini sangat menarik dan sesuai dengan tren anak muda masa kini, serta cocok untuk segala situasi. Terakhir, sumber lain menyatakan bahwa membeli sepatu secara daring sangat praktis. Oleh karena itu, para peneliti menyimpulkan bahwa pelanggan cenderung memilih sepatu dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas dan sesuai dengan tren terkini. Lebih lanjut, mereka terkadang mencari barang yang bisa dikenakan di mana saja. Bagaimana kita tahu bahwa pelanggan terkadang memilih pembelian yang cepat dan mudah?

Tabel 1.3.
Hasil reduksi data pertanyaan ke 3

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet, musramania dan melani	Sepatu pvn ini memiliki kualitas dan kenyamanan yang bagus
2	Elisabet, Rebecca dan melani	Sepatu pvn ini memiliki harga yang bisa di bilang terjangkau
3	Melani dan Rebecca	Sepatu pvn memiliki model yang menarik dan bermacam
4	Elisabet dan Rebecca	Ulasan yang di berikan oleh para pembeli sebelumnya sesuai dengan apa yang mereka dapat

Hasil reduksi menunjukkan bahwa tiga sumber sepakat bahwa model alas kaki PVN cukup menarik, dua sumber lainnya menyatakan bahwa alas kaki PVN ini berkualitas baik dan nyaman, dan satu sumber tambahan sepakat bahwa sepatu PVN lembut dan berkualitas tinggi dalam segala hal. Dalam hal ini, para peneliti mencatat bahwa pelanggan terkadang mencari model yang sesuai dengan minat mereka ketika ingin membeli suatu produk. Konsumen dapat merasa nyaman mengenakan produk ini, meskipun baru pertama kali membelinya, dan mereka dapat membaca ulasan tentang kenyamanan sepatu tersebut. Dengan demikian, mereka akan merasa yakin bahwa sepatu PVN memberikan kenyamanan bagi semua pengguna dalam aktivitas sehari-hari.

Tabel 1.4.
Hasil reduksi data pertanyaan ke 4

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet , Rebecca dan melani	Melihat sepatu pvn ini dari review beberapa orang sekitar seperti teman dan keluarga
2	Melani dan elisabet	Melihat beberapa ulasan yang bagus tentang sepatu pvn
3.	Musrahmania	Bentuk dan warna dari sepatu sangat simple dan estetik

Data reduksi yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa tiga sumber melaporkan melihat ulasan sepatu PVN dari berbagai individu di lingkaran mereka, sementara dua sumber lainnya melaporkan melihat beberapa ulasan positif tentang sepatu tersebut, dan sumber ketiga menyatakan bahwa warna dan bentuk sepatu tersebut sederhana namun tetap menarik secara estetika. Dalam hal ini, penelitian menemukan bahwa pelanggan terkadang bertanya atau mendengarkan ulasan dari lingkaran mereka untuk memastikan bahwa produk yang ingin mereka beli sesuai. Dalam situasi ini, pelanggan juga cenderung menyukai produk yang menarik dan mudah di gunakan.

3.1.3. Abstraksi data

Tahap selanjutnya ini yang di lakukan adalah peneliti pada Teknik analisis data, peneliti akan melakukan abstraksi data yang hasilnya sebagai berikut

Tabel 1.5.

“apa yang di cari dari sepatu pvn dan apakah sudah memenuhi kebutuhan”

No	Narasumber	Abstraksi
1	Elisabet dan Rebecca	keterjangkauan harga
2	Elisabet dan melani	Model yang menarik dan trend anak jaman sekarang
3	Elisabet dan melani	Sepatu yang multifungsi
4	Musrahmania	Praktis dalam pembelian online

Hasil sebelumnya, secara abstrak, menunjukkan bahwa peneliti telah menyimpulkan bahwa responden terkadang mencari barang yang diinginkan secara daring melalui media sosial, meskipun mereka yakin barang tersebut akan cocok meskipun dibeli pertama kali.

Tabel 1.6.

“bagaimana mereka mengenal sepatu pvn online”

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet, musramania dan melani	Kenyamanan sepatu yang bagus
2	Elisabet, Rebecca dan melani	Harga yang terjangkau dari sepatu pvn
3	Melani dan Rebecca	Model yang menarik
4	Elisabet dan Rebecca	Ulasan yang sesuai

Pada hasil abstrak yang disebutkan di atas, terlihat bahwa peneliti menyimpulkan bahwa, ketika membeli suatu produk, informan mencari model dan harga yang terjangkau dan memilih produk yang praktis dan serbaguna.

Tabel 1.7.

“keputusan apa yang mereka ketika membeli sepatu pvn”

No	Narasumber	Abstraksi
1	Elisabet , Rebecca , melani dan elisabet	Media sosial
2	Melani , musrahmania dan elisabet	Pertama pembelian sepatu pvn
3	Elisabet dan Rebecca	Pembelian sepatu pvn yang sesuai

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam ringkasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa peneliti menentukan sumbernya dengan memperhatikan bahwa semua produk alas kaki PVN terjangkau. Bagaimana mungkin mereka menawarkan modal dan kenyamanan yang memadai dengan harga terjangkau tersebut, sebagaimana dikonfirmasi oleh semua pendapat pembeli sebelumnya?

Tabel 1.8.
“keputusan yang membuat membeli sepatu pvn online”

No	Narasumber	Reduksi
1	Elisabet , Rebecca dan melani	Riview dari teman dan keluarga
2	Melani dan elisabet	Riview dan ratimg yang tinggi

Sebagai kesimpulan dari ringkasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa para peneliti menyimpulkan bahwa responden selalu mencari ulasan dan peringkat positif saat membeli suatu produk. Ini menyiratkan bahwa kita juga tahu bahwa mereka memiliki sepatu yang sederhana dan menarik.

3.2. PEMBAHASAN

3.2.1. Pengenalan produk sepatu pvn dalam proses keputusan pembelian

Dalam hal ini, perlu dicatat bahwa pengenalan produk merupakan elemen yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama terkait peluncuran sepatu PVN. Dengan melihat media sosial, kita dapat mengamati bagaimana sumber tersebut menampilkan produknya. Karena sepatu PVN hanya dijual daring, sumber tersebut dapat mengamati adanya beragam model dan harga.

Memperkenalkan produk Pvn Shoes sangatlah penting karena merupakan langkah pertama dalam memutuskan untuk membeli di media sosial. Penting untuk memahami keberadaan Pvn Shoes, apa nilainya, dan apa yang membuatnya unik melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Instagram dan TikTok adalah platform utama Pvn Shoes untuk menjual produknya, di mana mereka mempromosikan produknya menggunakan berbagai narasi untuk menampilkan kolaborasi dengan berbagai seniman, edisi terbatas, dan desain.

Untuk mempromosikan produk mereka yang kini tidak lagi tersedia dalam bentuk fisik melainkan daring, banyak perusahaan dan spesialis pemasaran menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran. Hal ini memberi pelanggan akses ke lebih banyak produk dari berbagai merek. Gunelius mendefinisikan pemasaran media sosial sebagai penggunaan perangkat daring untuk meningkatkan kesadaran, pengakuan, atau mempromosikan tindakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang mendukung suatu merek, perusahaan, produk, individu, atau lainnya (Damayanti, 2023).

3.2.2. Proses pencarian informasi sepatu dalam keputusan pembelian

Salah satu sumber pencarian dan permintaan sepatu Pvn adalah keputusan pembelian yang dibuat. Dengan memahami keinginan pengguna dan bagaimana sepatu tersebut memenuhi kebutuhan mereka, kita dapat menyimpulkan bahwa mereka mencari desain atau model yang menarik, yang memudahkan untuk mengapresiasi tren alas kaki terkini, serta harga yang terjangkau dan nyaman. Pvn menawarkan beragam model, termasuk kanvas, K-pop, putih, atletik, klasik, hitam, dan sepatu kets yang cantik. Harganya pun terjangkau, berkisar antara Rp150.000 hingga 250.000 an.

Dalam kasus ini, informan menanyakan tentang sepatu PVN melalui orang-orang terdekatnya, seperti teman dan keluarga. Ketertarikan informan terhadap sepatu PVN ini juga dimotivasi secara internal oleh pengalaman teman dan keluarga tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang terdekatnya, seperti keluarga, dapat membantu kita memahami bagaimana kita memengaruhi keputusan pembelian.

Dari sini, kita dapat memahami apa yang sebenarnya dibutuhkan responden terkait alas kaki PVN: kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini juga menunjukkan bahwa, ketika memutuskan untuk membeli, konsumen umumnya mempertimbangkan kualitas dan harga

produk. Penelitian yang dilakukan oleh Prajanti, Kardoyo, dan Herawati (2019) menunjukkan bahwa biaya dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan harga dapat memengaruhi keputusan pembelian: seiring dengan peningkatan harga dan kualitas, keputusan konsumen untuk melakukan pembelian menjadi lebih kuat.

3.2.3. Evaluasi alternative sepatu PVN dengan merk lain dalam proses keputusan pembelian

Dari sini, kita dapat melihat bagaimana berbagai sumber membandingkan sepatu PVN dengan merek lain, membandingkan model, harga, dan kualitas. Sepatu PVN, dari pengamatan kami, menawarkan harga, model, dan kualitas yang serupa. Karena harga merek-merek ini bisa tinggi dan bervariasi, sepatu ini lebih terjangkau. Sepatu PVN menawarkan kualitas produk yang lebih nyaman dan tahan lama untuk penggunaan sehari-hari, dibandingkan dengan merek lain yang menampilkan desain detail. Berbeda dengan produsen alas kaki lain yang terkadang menawarkan sepatu minimalis, model PVN sangat modern dan urban.

Kita juga tahu bahwa sepatu PVN adalah produk lokal, sehingga sering dianggap demikian dan sering dibandingkan dengan merek lokal lainnya. Hal ini karena sepatu PVN juga memiliki peringkat tertinggi di media sosial. Dan di media sosial, mereka mempromosikan sepatu mereka secara berbeda dibandingkan merek lokal lainnya.

3.2.4. Keputusan pembelian menjadi salah satu pilihan yang telah ditentukan oleh konsumen dalam pembelian sepatu PVN

Dari sini, kita dapat mengamati bagaimana keputusan pembelian dibuat saat membeli sepatu PVN. Dengan melihat berbagai ulasan dari pembeli sebelumnya, termasuk yang daring, pengguna memutuskan untuk membeli sepatu PVN. Selain itu, mereka melihat beberapa komentar tentang sepatu ini yang menyatakan bahwa sepatu tersebut sangat nyaman dan indah saat tiba. Dalam kasus ini, pengguna membeli sepatu PVN ini secara daring dua kali dan sekali merasa puas dengan produknya. Dengan demikian, mereka berhasil mendapatkan barang yang mereka cari, sesuai dengan apa yang mereka lihat di ulasan.

Saat membeli suatu produk, konsumen sering dihadapkan pada keputusan untuk membelinya atau tidak. Konsumen melakukan berbagai analisis dan refleksi sebelum membeli suatu produk. Menurut Stefani (2022), pengambilan keputusan konsumen adalah kerangka kerja pemecahan masalah yang secara intrinsik berkaitan dengan perilaku manusia dan bertujuan untuk mendapatkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pribadi. Artinya, keputusan untuk membeli sesuatu adalah proses di mana pelanggan dapat memilih produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya menunjukkan bahwa ketika membeli produk sepatu PVN secara daring di Surabaya, keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Hal ini dapat dilihat melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan berbagai narasumber sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, karena responden meyakini harganya terjangkau dan menawarkan kenyamanan serta kualitas.
2. Karena model dapat menarik minat responden survei, gaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Karena pengalaman keluarga dan teman sebelumnya dalam membeli atau memakai sepatu PVN, teman dan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Keputusan pembelian sebagian besar dipengaruhi oleh media sosial, karena pengguna dapat melihat produk apa saja yang ditawarkan melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan PVN.

Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran sepatu PVN sangat penting, mengingat merek lokal ini memiliki desain dan kualitas yang sangat baik. Sumber-sumber juga menyatakan bahwa mereka lebih suka membeli sepatu PVN secara daring karena mereka menganggapnya sama menariknya dengan sepatu dari merek lain. Selain itu, sepatu PVN memiliki desain atau bentuk yang unik untuk anak muda masa kini, yang berhasil menarik banyak pelanggan Generasi Z di Surabaya. Hal ini juga menjadi faktor kunci dalam menarik minat konsumen dan membangun kepercayaan terhadap sepatu PVN.

Dengan hal ini juga dapat memastikan bahwa harga sepatu PVN sesuai dan terjangkau bagi siswa kami, sesuai dengan kualitasnya. Banyak responden menyatakan bahwa mereka memilih sepatu PVN karena kombinasi merek, harga, dan desain yang lebih baik. Pengalaman ini pada akhirnya memberikan mereka kenyamanan berbelanja dan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan merek alas kaki lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rianto, A., Wildanu, E., & Afnan, D. (2020). Upaya Masyarakat Pedesaan Melawan Covid-19 Ditinjau Dari Aspek Sosiologis. *Jurnal Soshum Insentif*, 3(2), 180-187
- Sari, G. I., Nurtiani, A. T., & Salmina, M. (2021). Peran guru dalam meningkatkan kemampuan berhitung anak usia 5-6 tahun di tks it mina aceh besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2
- Bambang, T., & Firdiyansyah, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Online Di Toko L-In Shop Batam. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 5(1), 86-94.
- Afrella, G. R. (2024). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu PVN pada Mahasiswa di Surabaya.(The Influence of Content Marketing, Viral Marketing, and Online Customer Reviews on the Purchase Decision of PVN Shoe Products on Students in Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Hardiatmojo, F. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Membeli Daring (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Sari, Y. D. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk industri garment. *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, 2(1), 255160.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127-136.
- Firmansyah, R. (2019). Perubahan Sosial Ekonomi Pekerja Sentra Industri Batik Di Desa Kunir Kidul Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 168- 173.
- Nuraini, Neni, and Ajat Sudrajat. "Analisis Efektivitas Social Media Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal PVN (Studi Kasus Pada Pengguna PVN Di Karawang)." *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 13.4 (2024): 980-987.

- Al Fajri, Faiz, Ryna Parlyna, and Nadya Fadillah Fidhyallah. "Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal: Peran dari Harga dan Kualitas Produk." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2.1 (2021): 17-30.
- Piliyanto, Elsa Anggraeni, and Dian Sudiantini. "Analisis Pengaruh Iklan Media Sosial, Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 3.2 (2025): 10.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., ... & Triwardhani, D. (2021). Perilaku konsumen.
- Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, R., Deana Santosa, A., S Pasaribu, J., Wahyu Octaviani, D., ... & Fitriana, F. (2023). Manajemen Pemasaran Digital.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi pemasaran digital dalam mendorong keberhasilan wirausaha di era digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312-324.
- Utami, I. W. (2017). Perilaku konsumen. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., ... & Triwardhani, D. (2021). Perilaku konsumen