

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian tentang Peran Faktor Pribadi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Di Toko Fitri Jilbab Kota Kediri, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumen Toko Fitri Jilbab dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Keempat faktor tersebut dipengaruhi oleh indikator tipe-tipe konsumen dalam proses pembelian produk. Tipe konsumen terdiri dari konsumen yang hanya melihat-lihat, konsumen baru, konsumen yang mencari diskon, konsumen impulsif, konsumen yang belanja sesuai kebutuhan, konsumen loyal, konsumen ekspresif, konsumen kritis dan suka menganalisis produk. Konsumen yang membeli produk di Toko Fitri Jilbab ternyata mempunyai perilaku yang sesuai pembahasan teori tipe konsumen yang telah disebutkan. Namun yang lebih dominan adalah konsumen yang membeli produk secara spontan, berdasarkan informasi teman, sesuai kebutuhan, dan gaya hidup suka koleksi jilbab dan *outfit* untuk dipakai sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara kepada 22 informan, yang diantaranya terdapat 10 konsumen *member* Toko Fitri Jilbab Kota Kediri, mayoritas membeli produk jilbab dan *outfit* dengan alasan di toko tersebut koleksinya lengkap, harga murah dan bervariasi, kualitas produk terjamin, banyaknya promo, adanya program jum'at berkah dan kartu member yang langsung mendapat potongan.

2. Faktor pribadi terdiri dari indikator usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Faktor pribadi menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli produk di Toko Fitri Jilbab Kota Kediri. Indikator usia dan tahap siklus hidup mempengaruhi konsumen bahwa mereka sepanjang masa akan membutuhkan pakaian seperti produk jilbab dan *outfit* secara turun menurun berdasarkan referensi dari keluarga atau teman. Indikator pekerjaan dan lingkungan ekonomi mempengaruhi konsumen bahwa mereka membeli pakaian seperti jilbab dan *outfit* karena tuntutan pekerjaan dan sesuai keuangan mereka. Indikator gaya hidup mempengaruhi konsumen bahwa membeli sesuai kebutuhan adaptasi terhadap lingkungan sosialnya, perkembangan zaman, dan kebiasaan memandang produk pakaian seperti jilbab dan *outfit* akan mencerminkan ciri khas diri. Sedangkan indikator kepribadian dan konsep diri mempengaruhi konsumen bahwa sebenarnya setiap konsumen sudah memiliki pilihan terhadap produk sesuai kebutuhan, sesuai gaya hidup, sesuai kepribadiannya sehingga tidak akan terpengaruh oleh faktor eksternal seperti pendapat orang lain atau mengikuti *trend* yang sedang ramai di pasaran. Maka dari itu faktor pribadi konsumen merupakan dasar pertimbangan pengambilan keputusan pembelian karena konsumen akan melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi tentang produk melalui sumber pribadi dan sumber komersial, mengevaluasi produk dengan alternatif lain, keputusan konsumen dalam memilih produk alternatif, serta pada perilaku setelah membeli hingga memperoleh kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk.

B. Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian berikutnya. Data dari penelitian cukup relevan sehingga dapat dijadikan *cross check* data penelitian terdahulu.

2. Bagi Konsumen.

Konsumen diharapkan melakukan pembelian sesuai kebutuhan pokok. Jika ingin membeli produk sesuai keinginan atau sebagai pelengkap diharapkan memilah produk, mengevaluasi kualitas dan harga, dan membeli berdasarkan kemampuan, serta jangan lupa untuk tetap bersedekah di samping memenuhi kebutuhan pribadi.

3. Bagi Toko Fitri Jilbab Kota Kediri.

Mengingat bahwa masalah yang dihadapi adalah *review* atau komentar dari konsumen yang masih kurang puas terhadap penyediaan produk dan pelayanan. Maka, pihak Toko Fitri Jilbab diharapkan mengevaluasi kinerjanya, memfokuskan target pemasaran, menambah penyediaan produk yang sesuai selera konsumen, ikut bersaing dalam *trend mode fashion hijab* terbaru. Mempelajari perilaku konsumen itu sangat penting, karena dapat membantu mengetahui ciri khas dan selera mode mereka. Sehingga penyediaan produk tidak berlebihan.