

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Laporan Penelitian**

##### **1. Gambaran Tentang Lokasi Penelitian**

###### **a. Letak Geografi Nagara Kecamatan Daha Selatan**

Pasar Nagara terletak di salah satu Desa dari 16 Desa di Kecamatan Daha Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan Provinsi Kalimantan Selatan. Lebih tepatnya terletak di Desa Bayanan. Pasar Nagara ditempuh dari Ibu Kota Provinsi Banjarmasin dengan jarak 163,2 km, dari Kabupaten Hulu Sungai Selatan dengan jarak 30 km, dari Kecamatan Daha Selatan dengan jarak 1 km. Desa Bayanan memiliki 4 Rt dan 2 Rw. Luas Desa Bayanan adalah 8,50 km<sup>2</sup>, dengan jumlah persentase 3,84%, jumlah penduduk pada tahun 2020 sebanyak 1688 orang ( laki-laki berjumlah 832 orang dan perempuan 856 orang). Secara administrasi pemerintah Kecamatan Daha Selatan sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Luas Wilayah Kecamatan Daha Selatan**

No	Desa	Luas (km <sup>2</sup> )
1	Muning Dalam	29,67
2	Muning Baru	28,12
3	Muning Tengah	17,00
4	Samuda	31,21
5	Banua Hanyar	22,50
6	Parigi	16,50
7	Baruh jaya	36,18
8	Tambangan	27,44
9	Habirau Tengah	13,90
10	Habirau	15,50
11	Sungai Pinang	15,20
12	Tumbukan Banyu	13,50
13	Banjar baru	12,50
14	Bayanan	8,50
15	Pandan Sari	9,50
16	Pihanin Raya	25,60
	Daha Selatan	322,82

*Sumber: Kantor Kecamatan Daha Selatan, 2021*

Secara geografi, Kecamatan Daha Selatan adalah termasuk daerah dataran rendah sampai berawa dimana mayoritas masyarakatnya dengan mata pencaharian adalah bertani dan berdagang.

b. Jumlah Penduduk Desa Kecamatan Daha Selatan

Melihat dari segi penduduknya, masyarakat Desa di Kecamatan Daha Selatan juga termasuk banyak dengan jumlah 40.082 orang ( laki-laki berjumlah 20.680 orang dan perempuan berjumlah 20.122 orang) dapat dilihat dari tabel dibawah:

**Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Desa Kecamatan Daha Selatan**

No	Desa	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Muning Dalam	201	180	381
2	Muning Baru	769	732	1.501
3	Muning Tengah	783	735	1.518
4	Samuda	1.871	1.832	3.703
5	Banua Hanyar	1.568	1.523	3.091
6	Parigi	1.281	1.216	2.497
7	Baruh jaya	3.064	3.022	6.086
8	Tambangan	2.614	2.416	5.030
9	Habirau Tengah	1.032	1.068	2.100
10	Habirau	1.108	1.037	2.145
11	Sungai Pinang	1.019	1.031	2.050
12	Tumbukan Banyu	1.274	1.250	2.524
13	Banjarbaru	1.252	1.231	2.483
14	Bayanan	832	856	1.688
15	Pandan Sari	648	631	1.279
16	Pihanin Raya	1.364	1.362	2.726
	Daha Selatan	20.680	20.122	40.082

*Sumber: Kantor Kecamatan Daha Selatan, 2021*

c. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur

Perbedaan kondisi seorang individu berbeda-beda seperti umur yang dapat menunjukkan konsumen dalam membeli sebuah produk. Pengelompokan ini bertujuan untuk mengetahui kelompok usia yang membeli produk *fashion* yang ada di Pasar Nagara. Berikut tabel konsumen berdasarkan kelompok usia:

**Tabel. 4.3 karakteristik konsumen berdasarkan umur**

No	Umur Konsumen	Jumlah Konsumen
1.	19-29 Tahun	6
2.	30-39 Tahun	2
3.	40 Tahun ke atas	2
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>

*Sumber: Zulfa Tiara Maulida, 2021*

d. Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik konsumen menurut jenis pekerjaan yaitu menguraikan dan memberikan gambaran mengenai identitas diri menurut jenis pekerjaan konsumen itu sendiri. Dalam mendeskripsikan konsumen dikelompokkan menurut jenis pekerjaan konsumen yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel. 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan Konsumen	Jumlah Konsumen
1.	Ibu Rumah Tangga	6
2.	Pedagang Baju	2
3.	Guru	2
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>

*Sumber: Zulfa Tiara Maulida, 2021*

2. Gambaran Umum Tentang Usaha Toko yang Dijalankan oleh Hj. Zuleha dan Hj. Ati
  - a. Toko Hj. Zuleha

Sebenarnya toko ini punya suami dari Hj. Zuleha yaitu Bapak Hanafi. Awalnya Bapak Hanafi sebelum menikah menjalankan usaha penjual ikan dipasar ini juga dan memiliki penghasilan sekitar kurang lebih Rp. 2.000.000/bulan. Setelah itu bertemu dengan Ibu Zuleha dan menikah. Beberapa hari setelahnya, berangkat pergi ke Banjarmasin untuk jalan-jalan dan melihat apa yang ada disana. Kemudian Bapak Hanafi ke toko baju untuk membeli baju di Pasar Sudimampir dan Bapak Hanafi melihat ada yang menarik berdasarkan tanya-tanya mengenai harga dan model baju tersebut. Menanyakan harga grosir dan harga partai yang menjadi daya tarik Bapak Hanafi jika bagaimana untuk dijual kembali.

Pada tahun 2012, Bapak Hanafi mulai membuka toko dari modal sendiri sebanyak Rp. 6.000.000 untuk membeli pakaian. Waktu itu cukup dibilang pakaian atau baju masih standar dari segi harga, dan menyewa toko sebesar Rp. 200.000/ bulan. Berawal membuka toko baju laki-laki seperti baju koko, gamis, dan lainnya. Tapi tidak bertahan lama sekitar 5 tahun berhenti, dan melanjutkan membuka toko baju perempuan dan anak-anak seperti tunik, daster, dan lainnya sampai sekarang, jadi total beliau membuka 2 kali toko pakaian/baju yaitu 9 tahun serta sudah memiliki 1 karyawan yaitu sepupu dari Ibu Zuleha sendiri dengan gaji Rp.800.000/bulan.

Tahun 2020 kemarin, baru saja membeli 1 toko dengan harga Rp.55.000.000 dan 5 toko lainnya yang masih menyewa. Lebar luas toko Bapak Hanafi/ Ibu Zuleha yaitu 3X3 m. Dengan mempunyai 1 toko dan digabung dengan 1 toko di sebelahnya masih menyewa, Bapak Hanafi membongkar tengah-tengah tembok tersebut untuk di jadikan 1 sudah dibolehkan oleh pemilik tokonya , jika apabila Bapak Hanafi tidak menyewa lagi, maka diperbaiki tembok tersebut. Toko Bapak Hanafi/ Ibu Zuleha terletak di Blok C lantai 2 pasar Nagara dekat dengan penyeberangan jembatan yang menghubungkan dengan blok F.

Penghasilan Bapak Hanafi sekarang Rp.6.000.000 terkadang lebih. Untuk membeli pakaian/baju sekali membeli ke Banjarmasin Rp.13.000.000/ 2 minggu dari supplier atau juga beli secara online. Bapak Hanafi tertarik membuka toko baju/pakaian ini karena lebih untung banyak

sebelumnya yaitu menjadi seorang penjual ikan dan tidak merasa capek. Cara strategi Bapak Hanafi agar tokonya menyakinkan pembeli/konsumen yaitu dengan terus update tentang pakaian yang terus berkembang dari toko-toko lainnya, karena ditoko Bapak Hanafi sudah tersedia tetapi toko lainnya belum ada, sehingga banyak yang mengikuti seperti beliau di toko ini walaupun harga beliau lebih mahal akan tetapi bagus dalam kualitasnya serta banyak pedagang kreditan ambil dengan Bapak Hanafi untuk dijual kembali atau disebut langganan.

b. Toko Hj. Ati

Berawal dari Hj. Ati merintis usaha menjahit dirumah dan memulai membuka pesanan orang menjahit sehingga berpikir untuk membuka usaha di pasar Nagara. Karena beliau melihat ada peluang usaha di sana yang didirikan pada tahun 2008, sedikit demi sedikit beliau membeli pakaian/baju untuk mengisi tokonya. Mulai membeli baju sekolah dan baju busana cowok seperti gamis dan baju koko. Untuk baju sekolah beliau berpikir hanya membeli kainnya di pasar Amuntai agar dijahit sendiri dan dijual di tokonya sehingga menghemat biaya.

Penghasilan beliau sebelum membuka toko sekitar Rp.500.000/bulan. Setelah Hj. Ati membuka dari hasil toko saja Rp.3.000.000/ bulan penghasilan bersih, belum dihitung dengan beliau membeli kain untuk menjahit baju sekolah. Beliau tidak memiliki karyawan, hanya memakai jasa anaknya yang pertama yaitu Sugiannor.

Pada tahun 2010, beliau baru membeli toko tersebut dengan harga Rp.40.000.000, karena dahulu masih menyewa, harga sewanya sekitar Rp.200.000/bulan. Toko Hj. Ati terletak di blok F lantai 2 dan hanya memiliki 1 toko di pasar yang besarnya kira-kira 3X3 meter. Modal awal yang dikeluarkan sebesar Rp.10.000.000 hasil dari tabungan Hj. Ati selama menjahit di rumah.

Tahun 2021 bulan Oktober kemarin, Hj. Ati wafat dan toko tersebut dijalankan oleh anaknya yang pertama Sugiannor. Sugiannor mengatakan bahwa usaha dari toko ini berasal dari menjahit yang sudah dijalani secara turun menurun mulai dari kakeknya. Sugiannor juga bisa menjahit, membantu menyelesaikan jahitan dari orang tuanya. Menurutnya mengapa menarik membuka usaha ini, karena ternyata nyaman tidak perlu mengeluarkan tenaga dan hasilnya juga cukup untuknya.

Untuk mendapatkan baju busana laki-laki terkadang harus ke Banjarmasin membeli di supplier langganannya dan berangkat minimal 1 kali dalam 1 bulan. Sekali membeli baju tersebut kira-kira sebesar Rp.8.000.000. Strategi yang digunakan agar menyakinkan konsumen untuk membeli di tokonya yaitu dengan menawarkan produk busana laki-laki yang berkualitas, pelayanan yang bagus, dan banyak pelanggan dari beliau selama menjahit, serta dengan harga yang standar untuk dijual.



## 1. Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan dengan teknik wawancara secara langsung kepada informan seperti pemilik toko, karyawan dan pembeli/ konsumen mengenai persepsi konsumen akan terjadi proses jual dan beli untuk menentukan keputusan pembelian sebuah produk *fashion* ( baju/ pakaian) yang terjadi pada Pasar Nagara, maka dapat diuraikan hasilnya sebagai berikut:

### a. Pemilik Toko Hj. Zuleha

Nama : Hanafi

Umur : 33 Tahun

Alamat : Pandan Sari

Kata Bapak Hanafi, suami dari Hj. Zuleha yang menjadi melatarbelakangi berdirinya usaha dari toko baju ini adalah karena dahulu beliau seorang penjual ikan juga di pasar ini, pasar Nagara. Yang beliau jalankan usaha ini hasil beliau setelah menikah jalan-jalan dari Banjarmasin dan berpikir untuk coba-coba menjalankan usaha yang berbeda serta menjadi nyaman karena usaha ini tidak begitu capek dan untungnya lebih banyak.

Modal awalnya yaitu sekitar Rp.6.000.000 dari hasil Bapak Hanafi yang diperoleh dari tabungan profesi penjual ikan. Profesi penjual ikan sebelum mendirikan usaha ini sekitar Rp.2.000.000/bulan belum lagi kalau beliau bilang sepi harinya, yang mana penghasilan bersih per harinya

minimal Rp.50.000. Dan setelah menikah membuka usaha ini pendapatan Bapak Hanafi meningkat menjadi Rp.200.000-300.000 kalau lagi ramai pembeli perharinya.

Kendala dari usaha toko ini adalah apabila musim penghujan atau terjadinya curah hujan di pasar Nagara ini dapat menyebabkan pasar menjadi sepi dan tidak dapat terjadi proses jual-beli seperti biasanya. Kendala lain yaitu apabila membuka toko pada beda jadwal pasar maksudnya adalah pasar nagara akan buka pada hari senin, rabu, jum'at dan minggu. Karena pasar selasa terjadi pada pasar Babirik dan Kamis terjadi pada pasar Tugu, sedangkan hari sabtu, beliau berangkat ke Banjarmasin untuk membeli baju/pakaian dari supplier.

b. Karyawan dari toko Hj. Zuleha

Nama : Wahdah

Umur : 19 Tahun

Pendidikan : SMK / Sederajat

Alamat : Banjarbaru Daha Selatan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis, Wahdah mengatakan "Saya bekerja di toko punya kakak sepupu sendiri sudah 1 tahun setelah lulus dari SMK, dibawa karena tidak melanjutkan kuliah sehingga memilih untuk bekerja. Saya hanya bekerja sebagai karyawan yang mana dengan menambah kehidupan sehari-hari tanpa meminta lagi ke orang tua kadang juga memberi orang tua. Upah saya sekitar Rp.

35.000/harinya terkadang lebih diberi oleh Hj. Zuleha di saat lagi ramai pembeli dapat dihitung sekitar kurang lebih Rp.800.000/bulannya.

Selain itu banyak teman-teman saya membeli di toko yang saya bekerja. Karena kata teman saya barangnya disini sangat update pada zaman sekarang tidak pernah ketinggalan dari yang lainnya. Banyak juga dari mereka membeli dengan jumlah yang besar untuk dijual kembali seperti penjual kredit baju rumahan.”

c. Pemilik toko Hj. Ati

Nama : Sugiannor ( Anak dari Hj. Ati )

Umur : 26 Tahun

Alamat : Pakan Dalam

Sugiannor anak dari Hj. Ati mengatakan yang melatarbelakangi berdirinya usaha toko ini adalah karena dahulu orang tuanya merintis dari usaha menjahit dirumah dan mulai dengan pesanan menjahit berbagai busana baik itu baju anak-anak maupun orang dewasa. Dan memulai membuka toko menjahit di pasar tahun 2008 serta mulai mengisi tokonya tersebut dengan busana laki-laki seperti gamis, baju koko dan baju seragam sekolah. Akan tetapi lebih menghemat biayanya, beliau membeli kain untuk menjahit seragam sekolah dengan pesanan orang ataupun untuk menyediakan di tokonya.

Modal awal yaitu sekitar Rp. 10.000.000 dari hasil beliau tabungan menjahit dan dari suami beliau. Awal membuka toko masih menyewa

dengan harga Rp.200.000/bulan, sekarang Hj. Ati memiliki toko sendiri dengan membeli toko tersebut dengan harga Rp.40.000.000 pada tahun 2010 dan pajak Rp.30.000/bulan. Penghasilan awal beliau adalah Rp.500.000/bulan sebelum membuka toko ini dan sekarang Rp.3.000.000/bulan dari toko saja lain dengan beliau menjahit dirumah.

Kendala dari toko ini adalah semenjak bulan Oktober, Hj. Ati wafat dan usaha toko ini dijalankan oleh anaknya. Toko hanya buka di hari tertentu saja seperti hari senin, jum'at dan minggu. Dimana hari itu adalah hari pasar yang banyak orang. Sedangkan hari lain anaknya melanjutkan jahitan pesanan orang di rumah seperti pesanan baju seragam buat acara-acara dan seragam sekolah. Kendala lain yaitu hari hujan yang tidak menentu dan sering tak terduga. Sebulan sekali baru ke Banjarmasin di setiap hari sabtu pagi untuk membeli baju gamis dan baju koko laki-laki beserta hari selasa anaknya yang ke Amuntai beli bahan kain yang telah disebutkan diatas.

#### d. Identitas Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berjumlah 10 orang yang terdiri 6 orang dari toko Hj. Zuleha dan 4 orang dari toko Hj. Ati. Penulis akan menguraikan mengenai identitas subjek serta informan penelitian. Untuk lebih jelasnya diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Identitas Subjek Penelitian Toko Hj. Zuleha**

No	Nama	Umur	Alamat	Pekerjaan
1.	Siti Fatimah	45 Tahun	Pandan Sari	Ibu Rumah Tangga
2.	Karmila	19 Tahun	Parigi	Ibu Rumah Tangga
3.	Rina Yanti	29 Tahun	Hamayung	Ibu Rumah Tangga
4.	Mahmudah	28 Tahun	Hamayung	Pedagang Baju Kredit
5.	Nor Laila	34 Tahun	Habirau	Guru SD Daha Selatan
6.	Lina Mulia	24 Tahun	Muning Baru	Penjual Baju Online

Sumber: Zulfa Tiara Maulida, 2021

**Tabel 4.6 Identitas Subjek Penelitian Toko Hj. Ati**

No	Nama	Umur	Alamat	Pekerjaan
1.	Zainab	30 Tahun	Mandala Murung Mesjid	Ibu Rumah Tangga
2.	Rasyidah	28 Tahun	Jl. Pelayar Desa Parigi	Guru SMP Daha Selatan
3.	Zainab	40 Tahun	Manta'as	Ibu Rumah Tangga

4.	Rabi'ah	27 Tahun	Muning Baru	Ibu Rumah Tangga
----	---------	----------	-------------	---------------------

*Sumber: Zulfa Tiara Maulida, 2021*

e. Penyajian Data

Nama : Siti Fatimah

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Siti Fatimah mengatakan “saya sebagai ibu rumah tangga beli disini karena ingin membelikan baju/pakaian untuk anak saya. Saya kenal dari teman yang pemilik toko ini. Katanya, baju disini bagus-bagus dari segi modelnya yang baru dan juga bagus dari kualitasnya. Saya membeli disini bukan hanya 1 atau 2 kali, akan tetapi sudah sering. Baju yang saya beli baju remaja yang jaman sekarang lagi trend di sosial media. Saya juga puas mengenai dengan harganya. Harga dari Rp.80.000-an cukup standarlah dengan merek dan bahan dari kualitasnya serta bisa mengurangi harga pada saat membeli dengan jumlah banyak.”

Nama : Karmila

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Karmila mengatakan “saya baru pertama kali beli ditoko ini, karena saya kenal dengan karyawannya yaitu Wahdah. Katanya, baju yang saya beli untuk melengkapi buat seserahan menikah dan juga disini baju style-nya bagus, baik itu dari segi warnanya yang sesuai maupun cocok dengan harga yang

diinginkan. Bajunya walaupun simple, akan tetapi enak untuk dipakai, tidak panas. Barangnya juga update terus dari toko-toko lain yang belum ada.

Baju yang dibeli Karmila yaitu style-an tangan panjang dengan corak dan model warna-warni. Harganya sekitar Rp.75.000 terbilang harga pas dan puas dikarenakan bagus.” Sarannya hanya tokonya lebih ditingkatkan lagi dan semoga harga tidak dlebihkan dari lainnya

Nama : Rina Yanti

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Rina Yanti mengatakan “ saya mengetahui toko ini dari melihat-lihat baju untuk mencarikan buat anak saya dan sudah 4 kali ke toko ini. Saya tidak kenal dengan pemilik toko tapi saya melihat dari segi model dari baju yang di pasang di patung bagus-bagus. Produk *fashion* atau baju katanya bagus dan sesuai dengan harga serta kualitasnya.

Saya membeli baju atasan seperti kemeja dan tunik juga membeli celana jeans yang diinginkan anaknya. Untuk harga sangat pas berdasarkan modelnya yang bagus dan terbaru terus. Harganya memang lebih mahal di toko ini, akan tetapi sesuai saja kurang lebih sama aja yang ditawarkan dari toko-toko lainnya. Keunggulannya disini bisa dikatakan bagus juga dari segi pelayanan karyawannya bisa mengurangi harga bila

beli dari 3 produk yang dipilihnya.” Semoga lebih terbaru terus dengan berkembangnya zaman pada sekarang.

Note dari Ibu Rina Yanti: “tidak usah difoto. Takut ketahuan membeli terus dan takut dipasang di Facebook”

Nama : Mahmudah

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Mahmudah mengatakan “mengetahui toko ini asal melihat-lihat ada baju yang cocok dan yang sedang dicari dirinya serta sudah sering ke toko ini sama pemilik tokonya. Sebenarnya membeli langsung dengan yang dicari oleh pencari bajunya, saya itu kreditan baju dirumah. Kalau orang mau itu yang jadi pilihannya, maka dibeli.

Produk yang sering dibeli yaitu produk keluaran terbaru pastinya. Karena baju yang dipilih harus bagus, nyaman dan pas di harganya. Supaya bisa dijual lagi dengan orang yang dicari sesuai kualitasnya. Harga yang ditawarkan juga sedang saja dari toko-toko lainnya. Tidak mahal maupun tidak murah-murah juga. Keunggulannya dari produk *fashion* dari baju ini bagus dari bahannya tadi.

Sarannya hanya agar lebih murah saja bagi para pedagang eceran rumahan. Produknya lebih di banyak pada stoknya.



Nama : Nor Laila

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Laila mengatakan “saya mengetahui toko ini dan sering beli baju dengan *fashion* yang bagus sesuai perkembangan zaman, akan tetapi saya tidak mengenal sama pemiliknya.

Menurut saya juga promosi yang diberikan dari toko ini terbilang kurang karena saya melihat dari segi kualitas produk atau baju dari kainnya. Bukan hanya itu, produk *fashion* yang menjadi favorit dari saya beli itu adalah *blouse* yang nyaman untuk dipakai keseharian. Apalagi dipakai anak saya, pastinya yang dicari dengan bahan yang enak, dingin tidak panas kainnya.

Untuk masalah puas dengan baju ini, tentu saja saya puas, karena baju ini dapat memenuhi yang saya inginkan, karena yang dibeli sangat sesuai berdasarkan bahan dan motifnya. Saya juga menyukai karena ukurannya pas di badan anak saya, kalau kebesaran nanti dijahit lagi akan menambah biaya.

Harga yang ditawarkan oleh penjual, sangat relatif atau terjangkau. Karena menurut saya sangat sesuai dengan merek dan kualitasnya. Harga yang ditawarkan dari toko lain sedikit berbeda. Harga sedikit mahal pasti menjamin dengan hasil yang didapatkan pada produk baju ini”. Kritik dan saran tidak ada.

Nama : Lina Mulia

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Kakak Lina Mulia mengatakan bahwa “saya kenal dengan pemilik toko ini, karena beliau reseller juga di Banjar dan saya sering mengambil langsung ke beliau. Awalnya memang pemakaian untuk diri sendiri, tapi banyak yang suka apabila saya memakai bajunya, dan mulai saya mencoba-coba buka penjual baju secara online. Saya sering banget mengambil barang dari toko ini.

Mengenai promosi yang ditawarkan dari toko ini terutama dalam pengambilan barang pasti dikasih diskon, apalagi saya jual kembali secara online. Saya ambil barang paling sedikit 3 pcs, setiap masing-masing pcs mendapatkan diskon sebesar Rp.5.000/pcs. Misalnya paling banyak mengambil barang 12 pcs. Favorit barang yang sering saya ambil yaitu baju busana muslim perempuan atau baju syar'i baik dari remaja sampai ibu-ibu. Tak hanya itu, untuk bagaimana produknya, kata saya tergantung dari bahan sesuai dengan peminatnya, serta banyak pelanggan saya merasa puas juga. Karena bahannya itu yang bagus dan motifnya.

Harganya tergantung juga dari Rp.150.000-180.000, saya mengambil dari toko ini sudah dapat diskon jadi untuk dijual kembali tidak perlu mahal. Paling banyak mengambil keuntungan dari 1 pcs baju sebesar Rp.20.000-35.000. Harga yang beliau jualkan ke saya pastinya berbeda,

beliau selalu bilang ini bagus kainnya dan lain sebagainya. Keunggulannya itu dari segi harga sedikit untung bagi saya dan juga kualitas bahan”.

Nama : Zainab ( Mandala Murung Mesjid )

Toko : Hj. Ati

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Zainab mengatakan bahwa “saya mengetahui dari langganannya Hj. Ati, bahwa barang atau produk yang tersedia di toko bagus, karena sudah sering beliau beli ditoko ini. Kenal juga dengan Ibu Hj. Ati yang menjahit dirumah. Promosi yang ditawarkan dari tokoHj. Ati yaitu dengan pelayanan beliau, karena beliau menjelaskan bahan yang baik dan lainnya.

Produk yang sering dibeli dari toko ini yaitu baju sekolah, karena sudah dijelaskan tadi, Hj. Ati memaparkan dari segi kainnya dan jahitannya yang baik dan nyaman, beliau menjahit sendiri dan mengukur secara langsung, jadi pas di badan penggunanya. Dari segi harga juga pas dan sesuai dengan kualitasnya. Bukan hanya itu, dari toko ini juga berbeda dari harga-harga yang ditawarkan dari toko lainnya, itu menjadi pembeda sendiri. Keunggulan berdasarkan dari bahan dan jahitannya yang kuat dan rapi.

Barang-barang yang terdapat di toko Hj. Ati sekarang lekas habis, sehingga yang dicari atau yang diinginkan sering kali tidak ada. Sebaiknya di lebih banyak stoknya, supaya selalu ada”.

Nama : Rasyidah

Toko : Hj. Ati

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Kaka Rasyidah mengatakan “saya kenal dengan Hj. Ati dari penjahit dan juga rumahnya dekat dengan rumah suami saya desa Parigi. Jadi kaka menjahit sudah cukup sering, namun untuk membeli produk *fashion* baru sekali ke toko ini. Beliau baik banget orangnya, bisa mengurangi harga jadi harga teman yaitu harga diskon yang diberikan kepada kaka Rasyidah.

Ka Rasyidah membeli baju muslim anak-anak untuk anaknya, kalau menjahit paling sering jahit celana dan baju seragam untuk acara-acara tertentu. Produk *fashion*-nya memang bagus dari kainnya dan pelayanannya juga. Namun harga sangat puas, bisa dibilang harga terjangkau dan bajunya cocok sesuai dengan yang diinginkan. Namun untuk kualitasnya saya tidak bisa membandingkan, tidak cukup mengerti masalah itu, yang terpenting nyaman, warnanya bagus, serta enak untuk dipakai. Harga juga harga teman pada umumnya.”

Kritik yaitu lebih ditingkatkan dan lebih banyak lagi stoknya pada pakaian muslim anak-anak. Sarannya hanya supaya bisa secara langsung lewat online. Karena banyak yang pakai website. Agar lebih mudah tidak perlu datang ke pasar apalagi sekarang lagi musim penyakit corona”.

Nama : Zainab ( Manta’as)

Toko : Hj. Ati

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Zainab mengatakan “ saya tidak kenal dengan Hj. Ati dan mengetahui toko ini dari jalan-jalan mencari baju gamis untuk anak saya. Kebetulan saja toko langganan beli belum buka atau masih tutup. Kenapa saya beli disini, ia karena saya melihat dari segi kain-kain yang ditawarkan bagus, lembut dan tidak panas untuk dipakai.

Ibu Zainab juga mengatakan untuk dari segi baju favorit tidak ada, baju yang dibutuhkan saja untuk dibeli, dan dilihat dari produknya memang bagus, sesuai saja dari harganya tidak terlalu tinggi. Bisa dibilang harga di toko ini dan toko lainnya sama saja. Akan tetapi, baik anak beliau (Sugiannor anak Hj.Ati) melayaninya baik, memberitahukan ini model terbaru gamisnya dan lainnya.

Menurut Ibu, dari keunggulan produknya yaitu kualitasnya seperti ini, sederhana dan standar atau sama saja seperti yang lain pasti menawarkan produk yang menurutnya bagus dari yang dijualnya untuk menarik pembelian. Untuk kritik tidak ada, tapi puas dari toko ini”.

Nama : Rabi’ah

Toko : Hj. Zuleha

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Rabi’ah mengatakan bahwa “ saya tidak mengenal pemilik dari toko ini, saya membeli baju sesuai dengan yang saya melihat. Bagaimana modelnya dan pastinya yang cocok buat dipakai ke masjid.

Promosi yang ditawarkan memang tidak terlihat. Karena saya dari awal melihat dari barangnya bagus dan cocok, iya untuk dibeli saja. melihat dari segi kainnya nyaman dipandang dan pastinya nyaman digunakan. Saya juga puas dengan produknya. Karena memang bagus adem , tidak panas ditangan.

Mengenai dengan harganya yaitu Rp.165.000, dibilang sama saja dengan dengan toko-toko lainnya. Apabila harga segitu bisa dibeli, berarti harganya standar, tidak mahal dan tidak murahan juga. Untuk merek juga saya tidak tau pasti. Katanya, kain dari jawa bagus, dari ini bagus. Kalaunya mampu untuk beli, pasti bisa kebeli, sesuai yang diinginkan dan dicari.

Kritik dan sarannya ialah baik saja, tingkatkan lagi dalam stoknya.

## **B. Analisis Data dari Hasil Penelitian**

Pengumpulan hasil dari data penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan proses wawancara yang mendalam kepada konsumen atau pembeli yang terdapat di Pasar Nagara Kecamatan Daha Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan mengenai persepsi konsumennya terhadap keputusan pembelian sebuah produk *fashion*.

1. Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di Pasar Nagara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Persepsi konsumen adalah seorang individu yang menyampaikan mengenai sebuah objek yang akan dibelinya. Karena setiap individu akan memberikan tanggapan yang berbeda atau sama dengan cara yang berbeda-beda. Hal ini didukung oleh faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mencapai suatu pembelian.

Keputusan pembelian adalah proses pembelian secara nyata, apakah seorang konsumen untuk membeli atau tidaknya. Dari aspek yang dipengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, biasanya seseorang memikirkan kualitas, dan harga, serta produknya. ( Utami, 2018, hal 34)

Hasil wawancara penelitian ini, dapat dikelompokkan beberapa kategori dari penjual kepada konsumen atau pembeli dengan berdasarkan terjadinya keputusan pembelian dari produk *fashion* agar bertujuan untuk memudahkan peneliti melakukan pengolahan data secara detail. Berikut dari kategori ini diantaranya:

**Tabel 4.7 Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian**

No	Nama	Persepsi
1.	Siti Fatimah	Bagus model dari kualitasnya, harga standar bisa dikurangi
2.	Karmila	Dari baju style-nya bagus tidak panas, produknya update terus, harga pas

3.	Rina Yanti	Harganya pas, modelnya bagus dan terbaru
4.	Mahmudah	Harga sedang dari yang lain, bahan produknya bagus
5.	Nor Laila	Bahan dan motifnya, harganya relatif terjangkau
6.	Lina Mulia	Harga tergantung dengan kainnya, model baju bagus dari bahannya sesuai dengan peminatnya, pelanggan juga puas
7.	Zainab (MMM)	Pelayanannya baik, baju sekolah jahit sendiri jadi bagus kualitasnya, harga pas berbeda dari yang lain
8.	Rasyidah	Harga sesuai dengan harga teman(diskon), produknya bagus sesuai dengan yang diinginkan dan yang terpenting nyaman dipakai
9.	Zainab ( Manta'as)	Kainnya bagus, lembut dan tidak panas, harga tidak terlalu tinggi, serta melayani juga baik
10.	Rabi'ah	Barang bagus, kainnya nyaman, harga standar tidak mahal dan tidak murahan.

a. Harga

Hasil penelitian terhadap harga produk suatu barang yang telah dibeli menunjukkan bahwa sangat mendukung secara signifikan 80% dengan keputusan pembelian. Berdasarkan persepsi konsumen dengan nilai harga yaitu penilaian dari seorang konsumen mahal atau



murahnya dengan berbagai perbandingan harga yang didapatnya sesuai dari produk yang dipilihnya.

Para konsumen menyetujui dengan harga yang relatif dikalangan tertentu, misalkan selagi barang tersebut masih dapat dibeli, berarti barang tersebut dibidang terjangkau atau tidak terlalu mahal. Ada juga yang berpendapat bahwa harga sesuai dengan berapa banyaknya mengambil barang tersebut berdasarkan jumlahnya.

Hasil penelitian ini dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan kepada Mahmudah, Nor Laila, Zainab, Karmila, Siti Fatimah (2021) mengatakan bahwa “harga tentunya sangat dipertimbangkan terhadap terjadinya keputusan pembelian seorang konsumen, dimana harga dibidang puas sesuai yang diharapkan”. Lina Mulia (2021) mengatakan bahwa “Harga itu tergantung berdasarkan bahan dari kainnya”, sama halnya dengan Rabi’ah (2021) mengatakan bahwa “harga bisa mahal dikarenakan kain dari jawa, kalau mampu beli pasti bisa kebeli ”. Apabila Rasyidah(2021), mengatakan bahwa diberikan “harga sesuai dengan harga teman”.

Penelitian didukung oleh teori Kotler (Sri Sukoyo, 2019:2) mengenai persepsi yaitu dimana seseorang dapat mengorganisasikan, interpretasi dari informasi yang didapatkan dengan makna yang berbeda dari orang lain.

Harga adalah suatu cara seseorang penjual dapat membedakan penawarannya dari para pesaing untuk menarik konsumen membeli

produknya di tempatnya. Penetapan harga bisa mempertimbangkan konsumen menjadi bagian dari fungsi barang tersebut pada pemasaran. Berdasarkan harga yang sudah ditetapkan, konsumen akan mengambil sebuah keputusan apakah konsumen membeli produk tersebut atau tidak.

b. Kualitas produk

Tidak selamanya harga yang murah itu dapat mencerminkan kualitas suatu produk tersebut menjadi tidak baik. Begitu juga sebaliknya, harga yang begitu mahal tidak selalu mencerminkan kualitas suatu produk itu menjadi baik juga, maka seorang penjual wajib memberikan informasi yang sesuai dengan produknya, dan selektif dalam menentukan tingkat harga yang telah ditetapkan pada produknya. Menjadi sebuah pertanyaan, apakah harga yang telah ditetapkan untuk dijual sudah sesuai dengan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Jika harga yang telah ditetapkan tidak akan menjadi kualitas yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (Lestari, 2018, hal 117), produk ialah segala sesuatu yang bisa ditawarkan dipasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan, dikonsumsi, dan bisa memuaskan seseorang dalam kebutuhan sehari-hari dapat diukur dari warna dari bahan, bentuk, tekstur, penampilan dan juga tingkat yang bisa dinikmati penggunaannya.

Dapat dilihat dari wawancara yang dilakukan kepada Siti Fatimah, Rina Yanti, Mahmudah, Nor Laila, dan Lina Mulia serta Zainab (2021) mengatakan bahwa kualitas dari produk dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian baik berupa dari model, merek, dan bahan kainnya yang bagus dan bermotif. Selain itu juga produk pengeluaran terbaru selalu menjadi incaran para konsumen. Hasil penelitian ini sebagian besar membuktikan kualitas produk dinilai dari segi baiknya. Hal tersebut bahwa kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen.

Kualitas produk terdapat pada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam faktor eksternal yaitu pandangan dari seorang konsumen, menilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati oleh konsumen dengan mengorbankan sejumlah uang yang akan dibelinya. Sehingga, konsumen yang akan menentukan kualitas produk tersebut dengan berbagai isyarat informasi pada produk (Natiqoh, 2015:22).

Kualitas produk didukung oleh teori Kotler dan Keller, ialah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi diantaranya daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut-atributnya ( Sholihah, 2018:10)

c. Pelayanan atau kepuasan yang diberikan saat melakukan transaksi

Hasil penelitian terhadap pelayanan atau kepuasan dari seorang konsumen dalam suatu produk *fashion* itu sendiri dapat ditunjukkan

berupa pelayanan yang bagus dan baik bisa membuat konsumen merasa puas dengan keputusan untuk membeli atau pembelian.

Pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli (konsumen), dapat dilihat dari faktor-faktor dalam yang mempengaruhi keputusan pembelian, baik itu dari faktor pribadi, budaya, sosial maupun psikologi. Apabila pelayanan dari penjual sesuai yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen tidak akan ragu terhadap produk yang telah dipilihnya dan tentu selalu merasa puas.

Hasil penelitian ini dapat dilihat dari wawancara yang dilakukan kepada Nor Laila, Lina Mulia, Rasyidah, Zainab, dan Rabi'ah (2021) yang mengatakan bahwa puas dari pelayanan yang bagus dan menawarkan memenuhi kriteria yang diinginkan dalam keputusan pembelian. Penelitian ini didukung oleh proses terjadinya pembelian (Sri Sukoyo, 2019, hal 1250) mengatakan proses terjadinya pembelian dapat diukur pada evaluasi pasca pembelian yaitu apabila seorang konsumen mempunyai rasa kepuasan pada produk yang dipilihnya, hingga hendak membeli produk tersebut kembali.

Tujuan pembelian juga dipengaruhi adanya faktor situasi yang tidak terduga. Konsumen menciptakan pembelian tujuan berdasarkan faktor pendapatan keluarga, harga, dan manfaat yang diharapkan dari produk. Setelah membeli suatu produk yang dibelinya, konsumen akan memiliki tingkat kepuasan dan ketidakpuasan (Widyastuti, 2017, hal. 200).

Dengan melihat dari hasil wawancara diatas, terjadinya kesimpulan dari permasalahan dalam penelitian ini, ada 3 jenis alasan utama sebuah pembelian produk *fashion* yang dapat menjadi jawaban keputusan pembelian dari 2 toko tersebut.

Kegiatan berbelanja bagi para remaja dan ibu-ibu bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi sudah menjadi suatu gaya hidup seseorang ( Purnamasari, 2021. Hal. 82)

Kegiatan berbelanja memang menjadi kegiatan yang digemari oleh remaja perempuan atau apapun itu, nama sering kali masih suka berbelanja secara berlebihan tanpa mengetahui apakah produk yang sudah dibelinya itu bermanfaat atau tidak sehingga dalam hal ini ibu-ibu dan remaja perempuan suka berbelanja hanya memuaskan keinginan semata dan bukan memenuhi sebuah kebutuhan. Ketertarikan seseorang sebuah produk *fashion* yang dibelinya dapat disebabkan oleh kebutuhan dan nilai produknya berhubungan dengan sifat konsumen mengenai *fashion* dengan mengikuti tren terbaru. Gaya hidup berbelanja pada perkembangan zaman sekarang, karena adanya ketertarikan sendiri pada produk *fashion* tersebut. Adanya tren ini menggambarkan sebuah gaya hidup yang bisa mengakibatkan terjadinya gaya hidup mengarah kepada konsumtif, serta diketahui gaya konsumtif ini berdampak buruk karena terlalu fokus pada keinginan atau kepuasan sendiri tanpa memikirkan kebutuhan.

Perilaku konsumtif yaitu system komunikasi yang telah terjadi karena adanya pergeseran nilai-nilai modal dalam sebuah kapitalisme. Pada tradisionalnya, konsumen sendiri melakukan aktifitas konsumtif ini dari suatu hal yang berkaitan dengan fungsi aslinya( nilai pakai) yang didapatkan langsung dari alam atau pasar. Sehingga, sebuah produk fashion tersebut dikonsumsi karena bersifat nilai tukar simbolik (tak dapat dilihat tetapi bisa dipahami. Karena seorang konsumen yang membelinya bukan untuk keputusan pembelian tetapi dalam menutupi tubuhnya (aurat), akan tetapi hanya sebagai simbol mengikuti zaman.

2. Perspektif ekonomi islam mengenai persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di pasar Nagara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Ajaran agama islam selalu menganjurkan kepada para umatnya dalam proses transaksi jual-beli sebagai bentuk ketaqwaan kepada Allah SWT. Persepsi konsumen dalam perspektif islam mampu mengendalikan seseorang untuk melakukan proses jual-beli sesuai dengan syariat islam yang terdapat pada Al-Qur'an dan Hadist. Sehingga, mampu memenuhi kebutuhan rohani dan jasmani agar memaksimalkan fungsi kemanusiaan sebagai umat Nabi Muhammad Saw.

Pada perkembangan zaman sekarang ini, transaksi sangat mudah dilakukan oleh kalangan masyarakat dan semakin banyak peminatnya, baik muda, remaja maupun tua. Tujuan utama dari seorang konsumen muslim ialah memperoleh suatu barang atau jasa yang bernilai ibadah dan

terhindar dari hal-hal yang dilarang dalam islam. Maka, di dalam jual-beli tidak hanya mengambil keuntungan yang besar, akan tetapi juga harus mementingkan kebaikan bersama baik dunia dan akhirat. Islam mempunyai kekuatan pada hukum, seperti peraturan, tata krama, dan sebagainya. Hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an mengenai jual-beli, agar dalam proses transaksi tidak termasuk kepada kezaliman. Allah berfirman Qs. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “.....dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.....”

Islam telah membolehkan jual-beli akan tetapi harus sesuai dan memegang teguh prinsip syariah, misalkan dalam kejujuran, keadilan, transparan dalam memberikan informasi produk yang dijual dan tidak mengandung unsur riba dan gharar. Dalam Qs. Al-Ahzab ayat 70 juga menjelaskan bahwa “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah, dan katakanlah perkataan yang benar”.

Pada penelitian ini telah dilakukan proses transaksi antara penjual dan pembeli (konsumen) dengan metode wawancara dan dokumentasi mengenai persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di pasar Nagara Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Data yang telah diperoleh dari peneliti ini yaitu sebuah produk *fashion* dapat menjadi penunjang bagi seseorang dalam penampilan dan juga gaya hidup di

kesehariannya, baik itu dipakai untuk beribadah maupun dipakai di lingkungan masyarakat. Kebutuhan individu sangat berbeda pada individu lainnya, misalkan seperti dalam cara berpakaian yang baik yang berfungsi sebagai penutup aurat, perhiasan, dan memiliki sifat taqwa, secara tidak langsung dapat membedakan makhluk yang lainnya yaitu hewan.

Manusia merupakan makhluk yang diberikan amanah melalui Nabi Muhammad Saw. Sebagai makhluk yang istimewa telah diberikan akal sehat dan salah satunya dapat membedakan, memahami dan mengetahui apapun yang menjadi persepsi melalui panca indera. Allah berfirman dalam Qs. An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ  
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ٧٨

Artinya: “dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu apapun, dan Dia memberi pendengaran, penglihatan, dan hati, agar kamu bersyukur”

Dalam ayat diatas, Allah telah mengajarkan kepada kalian apa yang sebelumnya tidak mengetahui apapun sejak keluar dari rahim ibu. Allah memberikan pemahaman melalui penglihatan dan pendengaran agar kamu dapat membedakan suatu yang baik maupun suatu yang buruk (Agustin, 2020, hal 57-58). Selain itu, dapat mengambil keputusan juga dapat ditekankan dalam islam harus bersikap adil tanpa ada pihak yang dirugikan dengan firman Allah Qs. An-Nisa ayat 29:



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah ialah Maha Penyayang kepadamu”

Ayat diatas menjelaskan dengan tegas bahwa dilarang orang-orang yang memakan harta milik orang lain dengan cara yang batil. Memakan harta milik orang lain dengan cara apapun, misalnya riba, gharar dan maysir. Akan tetapi, Allah menciptakan itu semua untuk kebaikan hambanya, supaya tidak berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu.

Dalam menegakkan prinsip adil, maka praktik riba, gharar dan maysir harus dihilangkan. Riba yaitu sesuatu yang ditambahkan atau kelebihan yang diambil secara zalim. Gharar yaitu ketidakjelasan informasi pada suatu produk dalam bertransaksi yang dapat menimbulkan kesalahpahaman. Maysir yaitu suatu permainan atau peluang dimana salah satu pihak harus mempertanggungjawabkan beban dari pihak lain. bermuamalah dalam islam mengajarkan kepada kehati-hatian melakukan

transaksi, supaya tidak terjadi kezaliman yang dapat merugikan di salah satu pihak (Mustofa, 2018, hal 16-18).

Proses transaksi ini, peneliti tidak melihat adanya riba, gharar dan maysir dalam jual-beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Karena dari masing-masing penjual memberikan informasi yang baik pada produk *fashion* yang ditawarkannya kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas pada produknya pilihannya dan terjadi keputusan pembelian. Jadi, pada praktik transaksi jual-beli ini dilakukan sangat sederhana, baik itu dari segi harga, kualitas dari produknya, maupun pada pelayanan yang diberikan saat berlangsung proses serah terima kepada konsumennya.

Hasil yang telah didapatkan dari 10 konsumen di pasar Nagara Kabupaten Hulu Sungai Selatan adalah dimana terdapat persepsi pada harga diberikan yang sesuai dengan kualitas produknya dan juga mendapatkan pelayanan informasi yang dapat memberikan kepuasan sendiri sesuai dengan kenyataan produknya tanpa adanya kebohongan dari salah satu pihak yang merugikan pihak lainnya. Menurut peneliti alasan utama ialah salah satu faktor pada transaksi jual-beli terjadinya kesepakatan dan unsur kerelaan suka sama suka. Hal ini dapat menguranginya resiko yang kurang baik di kemudian harinya, dan menimbulkan minat kepada konsumen untuk membeli kembali karena mendapatkan pengalaman yang kurang memuaskan.