

Consumer decision making pada factory outlet di Jakarta : masukan untuk factory outlet M

Mohammad Reza Rahman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452762&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan bisnis Factory Outlet belakangan ini mulai marak. Hal itu ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang mengembangkan usahanya di bidang ini. Factory Outlet (FO) kini menjadi salah satu alternatif tempat berbelanja busana. Trend yang diciptakan FO itu merupakan perpaduan antara keinginan konsumen dan produk yang disediakan.

Factory Outlet M merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi barang sisa ekspor, dimana salah satu bentuk usahanya adalah Factory Outlet. Untuk itu Factory Outlet M berkeinginan untuk menyusun suatu strategi pemasaran yang terintegrasi untuk memasarkan outletnya, sehingga menjadi salah satu Factory Outlet pilihan konsumen yang ada di Jakarta. Perusahaan sadar salah satu faktor yang membuat ia dapat mempertahankan posisinya adalah dengan mengetahui bilamana ia mampu memuaskan konsumennya. Langkah yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian konsumen di Factory Outlet sehingga perusahaan bisa membuat strategi pemasaran yang tepat, sesuai dengan model keputusan konsumen. Untuk itu perlu dianalisa bagaimana proses pengambilan keputusan disuatu Factory Outlet serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi hanya pada riset pasar pengambilan keputusan pembelian di Factory Outlet di Jakarta pada konsumen yang ada di Jabotabek. Dan selanjutnya data ini akan digunakan sebagai bahan masukan untuk penyusunan strategi pemasaran. Studi karya ak:hkir berklasarkan konsep pemasaran yang dikombinasikan dengan enam fenomena pemasaran. Dalam konsep pemasaran diketahui bahwa kebutuhan konsumen itu merupakan hal yang diperhatikan dalam membuat strategi pemasaran. Sedangkan dalam enam fenomena pemasaran, consumer decision making (CDM) dijadikan pangkal dari dibuatnya strategi pemasaran. Dalam CDM tersebut termasuk didalamnya pengetahuan mengenai kebutuhan dari konsumen.

Penelitian ini menemukan beberapa informasi lain, yaitu: cara pembayaran yang paling diinginkan oleh konsumen ketika membeli barang di Factory Outlet adalah secara cash. Ketika menemukan barang yang cocok konsumen cenderung untuk langsung membeli barang tersebut, tapi ada sebagian orang yang membandingkan dengan toko lain terlebih dahulu ataupun melihat-lihat terlebih dahulu.

Atribut utama yang menjadi pertimbangan orang secara umum di dalam memilih suatu Factory Outlet tertentu adalah kualitas, koleksi produk, lokasi, ruangan dan pelayanan sales. Berdasarkan atribut yang dipertimbangkan di dalam memilih suatu Factory Outlet tertentu, konsumen yang ada di pasar dapat dikelompokkan ke dalam 2 kelas (cluster). Cluster I adalah konsumen yang mementingkan tempat parkir, pelayanan sales, barang bermerek, ruangan yang nyaman dan lokasi mudah dijangkau di dalam memilih suatu Factory Outlet tertentu. Cluster II adalah konsumen yang mementingkan kualitas, harga dan koleksi produk di dalam memilih suatu Factory Outlet tertentu.

Dari hasil penelitian, didapat bahwa pertimbangan yang dipentingkan dalam memilih suatu Factory Outlet adalah mencari barang-barang yang mempunyai kualitas yang baik. Seperti diketahui sebelumnya bahwa barang-barang yang terdapat pada Factory Outlet adalah kualitas ekspor yang mana diyakini memiliki standar kualitas yang baik.

Penetapan harga di Factory Outlet memang lebih murah dibandingkan di mal atau yang lainnya. Hal itu dikarenakan adanya pemotongan jalur distribusi, sehingga biaya dapat ditekan. Untuk promosi, Factory Outlet memilih media radio karena dianggap lebih murah dan efektif. Dari hasil penelitian, penting untuk suatu Factory Outlet mempunyai tata ruang yang bagus tidak sekedar gudang saja. Hal itu perlu diperhatikan untuk mengantisipasi impulse buying dari pada konsumen yang suka berjalan-jalan ke Factory Outlet.

Dari hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen, didapat bahwa konsumen yang merasa puas maka akan mengunjungi kembali Factory Outlet serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk mengunjungi Factory Outlet tersebut. Jadi faktor pengunjung yang merasa puas akan membuat suatu Factory Outlet banyak dikunjungi konsumen.

Begitu banyaknya Factory Outlet yang bermunculan, membuat para FO tersebut bersaing sangat ketat. Hal itu dikarenakan produk yang dijual di FO rata-rata mempunyai kesamaan jenis. Untuk itu setiap FO dituntut untuk menciptakan sendiri keunikan mereka, agar konsumen akan keunggulan-keunggulannya.

Penelitian ini perlu ditindaklanjuti dengan menyusun strategi pemasaran yang lebih tajam dan menghadapi strategi persaingan tingkat nasional. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas daerah penelitian serta jumlah sample yang mewakili populasi yang lebih luas.