

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Wawancara Dengan Informan Terpilih

Proses wawancara dengan informan terpilih dilakukan di Outlet Rabbani di Kota Jambi pada tanggal 4 Januari 2024. Hasil wawancara dengan informan akan disajikan di bawah ini:

5.1.1 Faktor-Faktor Motivasi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian

Motivasi, baik dari dalam diri maupun dari luar, adalah pendorong utama yang memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Tingkat motivasi konsumen dapat diukur dari seberapa besar upaya yang mereka keluarkan untuk mencapai tujuan pembelian, yang dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Motivasi yang tinggi dapat meningkatkan minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian, sementara kurangnya motivasi dapat menyebabkan ketidakpedulian terhadap produk atau layanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu, faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan dan faktor lokasi.

1. Faktor Kualitas Produk

Kinerja suatu produk dalam memenuhi fungsinya merupakan indikator utama kualitasnya. Produk yang unggul seringkali memiliki keunikan yang membedakannya dari kompetitor, menjadikannya lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan berupaya terus meningkatkan kualitas produk dan membandingkannya dengan produk pesaing untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Namun, penting untuk diingat bahwa penampilan produk yang menarik belum tentu menjamin kualitas terbaik jika tidak sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target pasar.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai kualitas produk dimana beliau mengemukakan bahwa :

Rabbani dikenal sebagai merek yang menawarkan produk dengan kualitas dan bahan yang baik.
M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024.

Hasil wawancara dengan informan pertama membuktikan bahwa kualitas produk begitu sangat penting dan menjadikan pertimbangan utama, hal tersebut dikarenakan untuk dapat memberikan nilai tambah terhadap ketahanan dan penampilan dalam berbusana muslim.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa :

Produk Rabbani menjadi kepercayaan sebagai konsumen muslim karena didalam tersebut memiliki produk yang desain modern dan kekinian.
Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancara dengan informan kedua menunjukkan bahwa kualitas produk bagi konsumen begitu sangatlah penting. Karena pakaian dengan kualitas yang baik akan memberikan rasa nyaman tersendiri pada saat digunakan.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa :

ada harga, ada kualitas.

Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dengan informan ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk baginya begitu penting karena pakaian yang berkualitas akan tahan lama dan dapat digunakan dalam waktu jangka Panjang.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa :

sangat bagus sekali untuk kualitas produk Rabbani.

Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dengan informan keempat menunjukkan bahwa kualitas produk begitu penting. Apalagi produk yang ada di Toko Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa :

produk sangat bagus.

Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dengan informan kelima menunjukkan bahwa Ketika ingin membeli produk harus mempertimbangkan kualitasnya. Kualitas produk yang ada di toko Rabbani terbilang sangat bagus meskipun beberapa produk yang mempunyai model yang simpel akan tetapi memiliki kualitas yang bagus.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa :

kualitasnya juga sangat bagus bagus sekali.

Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dengan informan keenam menunjukkan bahwa pentingnya kualitas produk saat membeli pakaian maupun busana muslim, apalagi Rabbani juga memiliki kualitas yang sangat bagus.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa :

kualitas Rabbani itu sangatlah penting.
Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dengan informan ketujuh menunjukkan bahwa kualitas produk pada toko Rabbani sangat penting apalagi toko Rabbani juga memiliki beberapa cabang dan bukan hanya di Jambi saja akan tetapi ada diluar Jambi. Kualitas yang diberikan oleh toko Rabbani terbilang sangat bagus sekali.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

kualitas produk yang sangat terbaik.
Doni Oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dengan informan kedelapan menunjukkan bahwa kualitas pada produk memiliki peran yang sangat penting karena produk yang berkualitas akan nyaman saat digunakan.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Kualitas yang dimiliki oleh toko Rabbani pun juga sangatlah bagus.
Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dengan informan kesembilan menunjukkan bahwa kualitas produk sangatlah penting bagi setiap toko karena hal tersebut dapat menarik minat para pembeli. Hasil wawancara ini juga menunjukkan kualitas yang dimiliki toko Rabbani sangatlah bagus.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

menurut saya sangat penting.
Putri, 9 Februari 2024.

Hasil wawancara dengan informan kesepuluh menunjukkan bahwa Rabbani memiliki kualitas yang sangat baik itulah mengapa beberapa orang lebih tertarik untuk memilih Rabbani daripada merek lainnya. Selain bahannya yang adem, produk ini juga memiliki macam macam ukuran mulai dari anak kecil hingga dewasa.

Dari pemaparan Faktor Motivasi dari kualitas produk diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, *“Kualitas produk begitu penting dimiliki oleh toko tidak hanya pada toko Rabbani saja akan tetapi pada toko – toko yang lain, hal ini dikarenakan kualitas produk begitu sangat penting karena jika kualitas dari produk tersebut baik dan bagus maka tentu saja akan menarik minat para pembeli. Dengan menjual produk yang memiliki kualitas terbaik maka akan memberikan rasa nyaman bagi penggunanya hal tersebutlah yang dicari oleh konsumen. “ ada harga ada kualitas “ kalimat tersebut dapat mencerminkan toko Rabbani karena walaupun harga yang dicantumkan cukup mahal akan tetapi tidak menguramgi minat konsumen dalam membelinya tentunya hal tersebut tidak merugikan pihak konsumen walaupun mahal akan tetapi bahan yang digunakan sangat berkualitas.”*

2. Faktor Harga

Dalam arti sempit, harga adalah jumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Sebagai salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran, harga dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Manajemen perusahaan perlu memberikan perhatian khusus pada variabel harga, karena harga memiliki dampak langsung terhadap volume penjualan dan laba yang dihasilkan. Meskipun perencanaan produk, distribusi, dan promosi yang baik sangat penting, namun tanpa strategi penetapan harga yang tepat, kesuksesan perusahaan akan sulit tercapai.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai harga dimana beliau mengemukakan bahwa :

harga produk di toko Rabbani sesuai dengan kualitas yang diberikan.
M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024

Hasil wawancara dengan informan pertama menunjukkan bahwa keputusan pembelian tergantung dari dirinya masing-masing, tidak hanya itu produk yang ditawarkan oleh toko Rabbani memang pada dasarnya cukup mahal akan tetapi pembeli lebih melihat kualitas daripada harganya jika kualitasnya bagus dengan harga yang cukup mahal maka akan tetap laku. Kembali kepada kalimat “ada harga ada kualitas” orang-orang selaku pembeli tidak akan merasa rugi apabila produk yang dibeli memiliki harga yang cukup mahal.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

saya merasa harga dengan kualitas produk tersebut sudah sesuai.
Fajar Pratama, 26 Januari 2024

Hasil wawancara dari informan kedua menunjukkan bahwa Sebagian konsumen saat membeli produk lebih mengutamakan kualitas produk ketimbang harga dengan kata lain saat ini kualitas produklah yang sangat penting.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa:

ada harga, ada kualitas.
Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa pembeli lebih mengutamakan kualitas dibandingkan dengan harga apalagi jika dibandingkan dengan produk Rabbani, meskipun memiliki harga yang cukup tinggi hal tersebut tidak mengurangi minat pembeli untuk berbelanja di toko Rabbani. Rabbani tidak hanya menjual busana dengan produk yang berkualitas akan tetapi toko tersebut menjual busana dengan berbagai macam,

bentuk, ukuran dan juga warna. Hal inilah yang menyebabkan toko Rabbani menjadi salah satu toko busana yang sering dikunjungi oleh para pembeli.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Rabbani menjual produk yang sesuai dengan harga dan kualitas yang terbaik.

Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan keempat menunjukkan bahwa konsumen memiliki peran dalam mengambil keputusan saat akan membeli suatu produk hal tersebut juga tergantung minat yang ada pada diri konsumen. Itulah mengapa setiap toko harus memiliki yang sesuai dengan harga karena hal tersebut tentunya dapat meningkatkan minat para konsumen untuk membeli produk yang akan ditawarkan.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

harga adalah faktor utama dalam pembelian suatu produk.

Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa beberapa konsumen atau pembeli menganggap harga adalah faktor yang paling utama dalam pembelian suatu produk. Kesesuaian antara produk dan harga menjadi salah satu hal terpenting bagi konsumen.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa:

peran dalam harga itu sangat penting.

Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa kualitas produk masih menjadi faktor utama terhadap minat para konsumen. Meski

memiliki produk dengan harga yang tinggi toko Rabbani juga tentunya menjual produk dengan harga yang tinggi. Toko Rabbani juga tentunya menjual produk dengan harga yang tinggi tanpa mengurangi minat masyarakat untuk membeli produknya.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa:

menurut saya peran harga yang relatif mahal dapat menentukan saya untuk membeli produk tersebut.

Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa Sebagian konsumen lebih cenderung membeli produk yang memiliki harga yang cukup mahal. Harga akan menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

menurut saya, harga mahal tapi kualitasnya bagus ya tidak apa-apa tidak akan membuat saya rugi.

Doni oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa harga yang cukup tinggi dengan kualitas yang baik telah menjadi hal yang wajar, karena pada dasarnya seorang pembeli lebih mengutamakan kerugian yang akan didapatkan saat membeli suatu barang. Toko Rabbani merupakan toko busana muslim dengan kualitas produk terbaik dengan harga yang cukup tinggi, akan tetapi hal tersebut tidak menjadi masalah kepada pembeli.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

harga yang tinggi tapi kualitasnya oke seperti toko Rabbani.
Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesembilan menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi hal yang paling utama Ketika ingin membeli suatu barang maupun produk.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

menurut saya harga sangat berperan.
Putri, 9 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa memiliki peran harga yang sangat penting pada keputusan konsumen dalam membeli barang maupun produk.

Dari pemaparan faktor harga, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa ,
“ Kualitas produk masih menjadi faktor utama dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau barang. Konsumen lebih mementingkan kualitas dari pada harga, dengan harga yang cukup tinggi tidak membuat para pembeli merubah pikirannya untuk membeli produk dengan kualitas terbaik karena produk dengan kualitas terbaik memiliki point penting tersendiri saat digunakan sehingga harga tinggi dengan kualitas terbaik tidak merugikan konsumen “.

3. Faktor Pelayanan

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk secara konsisten memenuhi ekspektasi pelanggan dengan memberikan tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengendalikannya. Pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai Pelayanan dimana beliau mengemukakan bahwa :

Dengan memberikannya pelayanan yang terbaik saya sangat termotivasi untuk membeli produk Rabbani.

M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan pertama membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat meningkatkan motivasi pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan oleh toko Rabbani. dan strategi yang baik pula akan menarik konsumen dengan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan harganya.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat sopan dan sangat ramah jadi sangat nyaman untuk berbelanja disini.

Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancarad dari informan kedua menunjukkan bahwa pelayanan yang baik sangatlah mempengaruhi dalam motivasi konsumen untuk membeli produk-produk yang ditawarkan di toko Rabbani. Dan strategi yang menarik minat konsumen yaitu dengan mengadakan diskon. Karena konsumen tentunya senang Ketika membeli suatu produk dengan harga yang sangat terjangkau.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa:

Pelayanannya yang baik dan sangat bagus.

Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa pelayanan yang baik itu akan memberikan dampak yang baik pula kepada penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. Dan produk-produk memiliki pengaruh

terhadap strategi penjualan, karena produk dengan kualitas yang baik akan menarik perhatian konsumen.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sudah memberikan pelayanan yang terbaik.

Winda Febriyanti, 29 Januari 2024

Hasil wawancara dari informan keempat menunjukkan bahwa di toko Rabbani berhasil memberikan dorongan maupun motivasi kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang sangat baik. Dan perilaku seseorang pegawai juga dapat mempengaruhi minat untuk membeli produk, dengan kata lain sikap sangat penting dan berpengaruh terhadap konsumen.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

Adanya kenyamanan maka toko tersebut saya akan selalu datang dan membeli produknya.

Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa toko Rabbani memberikan dorongan maupun motivasi kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Dan kenyamann menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi motivasi pembeli. Jika seorang pegawai bersikap kurang baik kepada pembeli maka tentu saja pembeli akan merasa tidak nyaman.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa:

Ramah sekali.

Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dapat mendorong para konsumen untuk membeli produk-produk di toko tersebut. Dan sikap ramah sekali juga sangat berpengaruh terhadap konsumen maupun pembeli dengan kata lain pembeli cenderung memilih toko yang memiliki pegawai dengan sikap yang ramah dan sopan santun.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Nyaman juga untuk berbelanja disini.
Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa toko Rabbani sudah memberikan motivasi-motivasi kepada konsumen untuk berbelanja di toko Rabbani. Dan kenyamanan juga akan berpengaruh untuk membeli produk-produk di Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Pelayanan yang ada di toko Rabbani sangat terkesan sangat baik dan sangat ramah.
Doni Oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa toko Rabbani memiliki pelayanan yang baik dan penjualannya yang memiliki sikap yang sangat ramah sehingga konsumen sangat nyaman dan termotivasi untuk membeli produk-produk yang ada ditoko tersebut. Kualitas produk juga berpengaruh terhadap strategi penjualan karena produk dengan kualitas yang baik juga akan menarik minat konsumen untuk membeli produk Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangatlah berhasil.

Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa motivasi maupun dorongan yang diberikan oleh toko Rabbani sangatlah berhasil mempengaruhi permintaan konsumen. Dan untuk menarik konsumen juga dengan menawarkan produk yang sesuai dengan harga yang ditentukan.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

sangat berhasil dan saya sangat termotivasi untuk membeli produk-produk di toko Rabbani.

Putri, 9 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa pelayanan yang baik akan memberikan motivasi-motivasi kepada konsumen agar senantiasa membeli produk yang ditawarkan oleh toko Rabbani. Dan dengannya ada diskon maka akan menarik minat konsumen karena konsumen tentunya akan senang dengan adanya diskon maupun promo.

Dari pemaparan faktor internal motivasi dari pelayanan diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, “ *Dengan diberikannya pelayanan yang baik. Banyaknya orang-orang termotivasi untuk berbelanja di toko Rabbani. dan toko Rabbani juga berhasil membuatkan pelayanan yang sangat baik dan sangat ramah untuk membeli produk, maka dari itu juga dapat meningkatkan motivasi pembeli untuk memberikan produk-produk yang ditawarkan di Rabbani. Dan strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan menawarkan produk yang sesuai dengan harganya. Dan konsumen juga menyukai adanya barang-barang yang diskon dan promo karena itu sangat diminati konsumen. Terus dengan adanya kenyamanan dalam suasana toko maka pembeli pun sangat nyaman dan sangat senang sehingga tertarik untuk membeli produk di toko Rabbani.*”

4. Faktor Lokasi

Lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual yang terjangkau dan tersedia di pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dimana lokasi yang strategis. Lokasi merupakan tempat perusahaan untuk melakukan kegiatan yang akan menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai Lokasi dimana beliau mengemukakan bahwa :

Ketika toko difasilitaskan maka produk yang diinginkan konsumen agar mudah didapatkan karna tersusun rapi.
M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan pertama menunjukkan bahwa fasilitas memiliki peran penting terhadap penempatan dari suatu produk. Dan suasana di toko Rabbani sangat berpengaruh terhadap motivasi-motivasi konsumen untuk berbelanja di toko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

Penempatan produk sangat penting.
Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedua menunjukkan bahwa penempatan pada suatu produk sangatlah penting. Apalagi pembeli memiliki selera yang berbeda-beda. Dan suasana di toko pun juga memengaruhi terhadap tingkat motivasi pembeli. Sehingga dapat dikatakan bahwa suasana pada suatu toko juga memiliki pengaruh yang baik.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa:

Lokasi yang sesuai juga bisa menarik perhatian para pembeli.
Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa lokasi yang strategi dapat mencuri perhatian dan para pembeli. Dan suasana di toko juga berpengaruh terhadap tingkat motivasi pembeli, sehingga dapat dikatakan bahwa suasana pada suatu toko memiliki pengaruh yang sangat baik.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Karena kebersihan dari suatu produk juga sangat berpengaruh kepada produk yang akan dijual.
Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan keempat menunjukkan bahwa kebersihan pada suatu produk juga tergantung dari tempat asalnya produk tersebut. Ketika produk yang akan ditawarkan kelihatan berdebu maka pembeli tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

Fasilitas dan pegawai menurut saya yang sangat berpengaruh.
Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa fasilitas dan pegawai menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan Ketika ingin memberikan kesan yang baik kepada konsumen. Dan suasana yang ada pada toko dapat berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa:

Melihat kebersihan sekitar aja.

Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa toko yang bersih memberikan dampak yang baik kepada minat pembeli, dan toko yang jorok memberikan dampak negatif terhadap minat para pembeli.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Lebih baik produknya menggunakan plastic bening untuk membungkus produknya.

Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa supaya terhindar dari debu-debu dan kotoran lain pada produk yang akan ditawarkan di bungkus dari plastik bening agar terhindari dari kotoran dan debu.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Baiknya beberapa produk Rabbani disusun dalam lemari agar lebih rapi dan enak dilihatnya.

Doni Oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa lebih baik penempatan produk menggunakan lemari agar lebih mudah untuk dijangkau dan lebih rapi.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Karena suasananya bagus dan pegawainya ramah-ramah.

Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesembilan menunjukkan bahwa pegawai yang ramah akan tentunya meningkatkan motivasi pembeli untuk

membeli produk-produk di toko dan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rabbani. dan suasana yang nyaman pada toko juga sangat berpengaruh untuk membeli produk Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Karena yang paling utama adalah kualitas produk.

Putri, 9 Februari 2024

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa Sebagian konsumen akan cenderung memilih kualitas daripada suatu produk. Dengan kata lain kualitas masih menjadi hal yang penting dan sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan.

Dari pemaparan Faktor Eksternal dari lokasi diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, *fasilitas merupakan peran penting terhadap penempatan dari suatu produk. Penempatan produk juga sangat penting karena menjadi minat pembeli. Lokasi yang sangat strategis juga menjadi faktor utama dalam menarik minat keputusan pembelian. Dalam toko pasti kita sebagai konsumen pastinya akan memperhatikan untuk dalam hal kebersihan, kebersihan produk merupakan hal yang paling penting karena sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian.*

5.1.2 Tinjauan Ekonomi Islam Dari Faktor-faktor Motivasi Konsumen Keputusan Pembelian

Dalam tinjauan ekonomi Islam, keputusan pembelian sangat mempengaruhi oleh prinsip-prinsip yang berbeda dibandingkan dengan sistem ekonomi konvensional. Selain itu, penting juga bagi pembeli untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang mereka beli itu tidak terlibat dalam riba atau praktik yang dianggap tidak etis dalam islam. Keputusan pembelian juga menjadi lebih dari sekedar transaksi komersial, tetapi juga merupakan bentuk implementasi dari prinsip moral dan etika islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus memikirkan hubungannya dengan Allah SWT dengan manusia, itulah kenapa dikatakan

bahwa Ekonomi Islam harus dikaitkan pula dengan keputusan pembelian dengan kata lainnya dengan seseorang ingin membeli suatu produk maka harus sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Ekonomi Islam.

1. Nilai-Nilai Agama

Nilai-nilai dalam agama dapat memainkan peran penting dalam keputusan pembelian bagi Sebagian orang. Nilai-nilai agama dapat membimbing individu dalam memilih produk atau layanan yang sejalan dengan prinsip-prinsip dan etika, serta mencerminkan identitas dan keyakinan mereka secara keseluruhan.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai Nilai-nilai agama dimana beliau mengemukakan bahwa :

Karena sangat termotivasi apalagi dengan pelayanan mereka berikan itu sangat baik.

M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024

Hasil wawancara dengan informan pertama menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dipegang oleh toko Rabbani sangat mempengaruhi untuk keputusan pembelian untuk berbelanja produknya. Nilai-nilai yang dianut juga sudah sesuai dengan ajaran agama Islam.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

Iya sangat berpengaruh dan termotivasi.

Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedua menunjukkan bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam toko merupakan hal paling penting dalam keputusan pembelian, sehingga hal-hal tersebut sangat memotivasikan pembeli untuk berbelanja di toko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat mempengaruhi sekali dalam keputusan pembelian saya.

Nurfadillah, 28 Januari 2024

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dipegang ini dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya produk-produk dan layanan yang diberikan oleh pegawai juga dapat memotivasi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat berpengaruh sekali.

Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan keempat menunjukkan bahwa nilai-nilai agama yang dipegang oleh toko Rabbani dapat mempengaruhi daya minat konsumen untuk melakukan membeli produk, itulah kenapa setiap toko harus memegang nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat berpengaruh dan memotivasikan.

Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa nilai yang terkandung juga memiliki daya tarik minat konsumen untuk membeli produk-produk Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa:

Nilai-nilai yang dipegang oleh toko Rabbani dapat mempengaruhi minat saya membeli produk ini.

Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa toko yang memegang nilai-nilai berdasarkan ajaran agama Islam maka konsumen tertarik untuk berbelanja ditoko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Berpengaruh.

Vita, 5 Februari 2024

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dipegang oleh toko Rabbani juga sesuai dengan ajaran agama islam yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Begitu pula dengan adanya motivasi, dengan adanya motivasi ini juga penting sekali untuk menarik minat konsumen untuk berbelanja di toko Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Nilai-nilai yang dipegang oleh toko Rabbani juga memilih sisi positif.

Doni Oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapa menunjukkan bahwa nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran agama Islam juga dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap konsumen maupun pihak produsen.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Nilai-nilai sangat penting.

Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam ini menjadi patokan penting dalam berbelanja, motivasi juga menjadi faktor yang sangat wajib untuk kita miliki sebagai minat dalam membeli produk Rabbani.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Menurut saya sudah memegang nilai-nilai agama yang telah diajarkan. Putri, 9 Februari 2024.
--

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa nilai yang sesuai dengan ajaran agama Islam dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen untuk membeli produk Rabbani.

Dari pemaparan Faktor Internal dari Nilai-Nilai agama diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, *nilai-nilai agama merupakan hal yang sangat penting, dengan adanya nilai-nilai ini yang dipegang oleh toko Rabbani maka dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Motivasi juga wajib untuk menarik minat para konsumen untuk membeli produk tersebut dengan selera masing-masing.*

2. Sikap Terhadap Konsumsi

Sikap terhadap konsumsi memiliki dampak yang signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian seseorang. Sikap ini dapat dipengaruhi oleh budaya konsumsi. Sikap terhadap konsumsi juga memainkan peran yang penting dalam membentuk perilaku pembelian seseorang, mempengaruhi pilihan produk atau layanan yang mereka pilih dengan mereka berinteraksi dengan toko tersebut.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai Sikap Terhadap Konsumsi dimana beliau mengemukakan bahwa :

Sangat puas berbelanja disini.

M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan pertama menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang paling penting karena produk-produk yang kita butuhkan semuanya tersedia disini dan sangat lengkap.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat puas sekali.

Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedua menunjukkan bahwa sangat puas sekali berbelanja disini karena produk produk yang ditawarkan sangat berkualitas dan bahannya bahan premium, selain itu pelayanannya juga paling top sekali.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketiga dimana beliau mengemukakan bahwa:

Produk-produk yang ada disini terbilang lengkap.

Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa produk-produk yang lengkap dapat memenuhi kebutuhan dasar konsumen.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat senang dan puas.

Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ke empat menunjukkan bahwa puas sekali saat berbelanja di Rabbani. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan merupakan terbilang bahannya premium.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

Puas dan produknya bagus bagus.
Shofia Dwi Puspia, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa sangat puas terhadap produk yang ditawarkan karena Rabbani memiliki berbagai macam harga, jenis, ukuran dan kualitas yang terbaik.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keenam dimana beliau mengemukakan bahwa:

Produk-produk Rabbani telah disediakan sehingga kita lebih mudah menjangkaunya.
Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa produk-produk yang disediakan di toko Rabbani semuanya sangat lengkap sehingga para konsumen lebih mudah dan lebih gampang untuk membelinya.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa

Sangat senang dan sangat puas.
Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa konsumen atau pembeli merasa sangat puas terhadap produk yang ditawarkan untuk membelinya.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat sangat puas sekali.

Doni Oktari, 8 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa konsumen sangat senang jika berbelanja di toko Rabbani dibandingkan toko lainnya, selain pelayanannya yang baik. Rabbani juga sering memberikan diskon dan promo lainnya.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Puas.

Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesembilan menunjukkan bahwa dengan banyaknya warna warna yang beragam menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk Rabbani, dan kepuasan berbelanja di toko nomor satu.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat puas.

Putri, 9 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai berbelanja di Rabbani. karena selain pelayanan yang baik dan ramah, Rabbani juga memiliki produk yang lengkap dan berbagai macam warna semuanya ada disini.

Dari pemaparan faktor Internal dari Sikap Terhadap Konsumsi diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, *produk-produk yang kita butuhkan di dalam toko Rabbani sangat lengkap dan gampang untuk menjangkaunya. Dengan ini Rabbani berhasil memenuhi kebutuhan konsumen dan produk-produk yang ditawarkan pun juga banyak warna dan jenisnya, sehingga para konsumen sangat puas dengan kualitas dan pelayanannya yang terbaik.*

3. Pengaruh Agama

Agama merupakan peran penting dalam membentuk motivasi dan keputusan pembelian konsumen. Agama juga dapat memberikan pedoman moral dan etika yang memengaruhi cara seseorang memandang konsumsi. Selain itu, agama juga menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi konsumen. Ajaran ajaran agama tersebut juga menekankan pengorbanan, kebaikan, dan karma yang dapat mendorong kepada konsumen untuk memilih produk atau layanan yang dianggap bermanfaat bagi orang lain. Agama juga dapat menjadi dasar untuk memilih merek atau produk yang terkait dengan nilai-nilai spiritual atau keagamaan tertentu.

Berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani pertama mengenai Pengaruh Agama dimana beliau mengemukakan bahwa :

Sangat berhasil dan sangat penting.
M. Agung Hermansyah, 4 Januari 2024.

Hasil wawancara pada informan pertama menunjukkan bahwa toko Rabbani sudah berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung dan menghormati dalam nilai-nilai agama yang sangat penting untuk keputusan konsumen untuk berbelanja di toko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Cukup berhasil.
Fajar Pratama, 26 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedua menunjukkan bahwa berhasil menciptakan lingkungan yang sangat mendukung dan juga menghormati nilai-nilai pada agama Islam.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedua dimana beliau mengemukakan bahwa:

Berhasil dan sangat penting.
Nurfadillah, 28 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketiga menunjukkan bahwa berhasil menciptakan yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Nilai-nilai agama tersebut sangat menjadi pengaruh yang besar untuk menentukan keputusan pembeli.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani keempat dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat penting bagi saya.
Winda Febriyanti, 29 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan keempat menunjukkan bahwa nilai-nilai sangat berpengaruh sekali dalam keputusan pembeli konsumen

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kelima dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat penting.
Shofia Dwi Puspita, 30 Januari 2024.

Hasil wawancara dari informan kelima menunjukkan bahwa nilai-nilai agama yang dipegang dalam toko Rabbani merupakan toko yang sangat dipilih untuk berbelanja, dan alangkah lebih baiknya memperhatikan nilai-nilai agama yang ada pada toko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Lebih baik memperhatikan nilai pada agama.
Annisa Indra Sari, 4 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan keenam menunjukkan bahwa Ketika kita memilih toko berbelanja lebih baik memperhatikan nilai-nilai pada agamanya toko tersebut.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani ketujuh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Penting sekali.
Vita, 5 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan ketujuh menunjukkan bahwa nilai-nilai yang ada pada suatu toko sangat penting apalagi konsumen juga mayoritas beragama Islam, itulah mengapa toko Rabbani memiliki banyak pelanggan karena toko tersebut menawarkan produk-produk yang sesuai dengan syariat Agama.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kedelapan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Penting.
Doni Oktari, 6 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kedelapan menunjukkan bahwa nilai-nilai agama itu sangat penting dimiliki oleh toko tersebut selain menjadi pilihan para konsumen untuk berbelanja di toko tersebut, toko Rabbani juga merupakan toko busana muslim yang terkenal dengan pakaian muslimnya, maka dapat dikatakan bahwa toko Rabbani ini memiliki nilai-nilai agama.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesembilan dimana beliau mengemukakan bahwa:

Penting, sangat penting.
Liana, 7 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesembilan menunjukkan bahwa nilai-nilai pada agama sangat penting untuk dalam menentukan toko sebagai tempat berbelanja.

Kemudian berdasarkan sebagaimana yang dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai konsumen Rabbani kesepuluh dimana beliau mengemukakan bahwa:

Sangat penting.

Putri, 9 Februari 2024.

Hasil wawancara dari informan kesepuluh menunjukkan bahwa Rabbani berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung dan menghormati nilai-nilai agama, hal ini dengan dibuktikan oleh pelanggannya.

Dari pemaparan faktor eksternal dari pengaruh agama diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, *produk-produk yang kita butuhkan di Rabbani sangat lengkap dan memadai. Rabbani berhasil memenuhi kebutuhan konsumen dan produk-produk yang ditawarkan banyak warna dan jenis-jenisnya sehingga para konsumen sangat puas dengan kualitas dan harga yang sesuai. Nilai- nilai ini juga penting dalam melakukan keputusan pembelian konsumen.*

5.2 Analisis Ekonomi

5.2.1 Konsumen Rabbani dari faktor-faktor motivasi konsumen dalam keputusan pembelian

Dari hasil wawancara dengan informan konsumen Rabbani yang terdiri dari 10 informan. Konsumen Rabbani cenderung memberikan respon yang positif terhadap berbagai faktor-faktor motivasi dalam keputusan pembelian. Salah satu faktor utamanya adalah kualitas produk. Konsumen Rabbani sering untuk memuji kualitas bahan dan desain busana yang ditawarkan oleh Rabbani, yang dinilai juga kenyamanan dan tahan lama. Selain itu, faktor harga juga yang kompetitif menjadi daya tarik tersendiri, terutama karena Rabbani sendiri sering menawarkan promo dan diskon yang menarik bagi pelanggan setianya. Pelayanan pelanggan yang ramah juga mendapatkan apresiasi dari knsumen, karena mereka merasa dihargai dan diperhatikan setiap kali berbelanja, terakhir faktor lokasi, lokasi yang cukup

strategi dan mudah dijangkau membuat konsumen lebih memilih toko atau merek tersebut dibandingkan yang lain.

Menurut dari hasil wawancara serta berdasarkan analisis yang telah disimpulkan bahwa faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan dan faktor lokasi merupakan faktor yang paling utama dalam keputusan pembelian busana muslim. Konsumen lebih cenderung akan membeli produk berdasarkan kombinasinya dan testimoni positif, yang semuanya merupakan faktor motivasi penting dalam halnya keputusan pembelian mereka.

5.2.2 Konsumen Rabbani dalam tinjauan ekonomi islam mengenai faktor motivasi konsumen dalam keputusan pembelian

Dari hasil wawancara dengan informan konsumen Rabbani yang terdiri dari 10 informan. Konsumen lebih cenderung mempertimbangkan kehalalan dan keadilan dalam transaksi bisnis. Faktor-faktor motivasi konsumen yaitu nilai-nilai agama, sikap terhadap konsumsi, pengaruh agama dan pengaruh media dan promosi. Produk Rabbani yang akan dijamin kehalalannya menarik bagi konsumen yang memperhatikan aspek agama dalam keputusan pembelian mereka. Selain itu juga, konsumen juga mungkin lebih memperhitungkan halnya mengenai dampak sosial dan lingkungan dari konsumsi mereka, sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam ekonomi islam.

Menurut dari hasil wawancara serta berdasarkan analisis yang telah disimpulkan bahwa adanya penekanan pada nilai-nilai agama dan etika dalam pengambilan keputusan konsumsi. Selain itu, kesadaran dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip islam, seperti hukum riba juga menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, ekonomi Islam tidak hanya mempertimbangkan aspek materialistik dalam konsumsi, tetapi juga dalam hal untuk menekankan pentingnya keselarasan dengan nilai-nilai agama dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

