

## ABSTRAK

Silfiyati, 2023, *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian di Pasar Rabu Prenduan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Ainol Yakin, SE, MM.

**Kata Kunci** : *Perilaku Konsumen, Faktor Pengambilan Keputusan.*

Perilaku konsumen dalam hal berbelanja sudah banyak mengalami perubahan dimana sekarang konsumen hanya duduk dirumah sudah dapat berbelanja pakaian, namun masih ada konsumen yang lebih senang dan tetap berbelanja pakaian di pasar-pasar tradisional khususnya di Pasar Rabu Prenduan meski konsumen harus mengeluarkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini yaitu *pertama* Bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk pakaian di Pasar Rabu Prenduan, *kedua* Faktor apa saja yang dapat mendorong konsumen dalam keputusan pembelian produk pakaian di Pasar Rabu Prenduan.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi secara langsung mengenai perilaku konsumen di Pasar Rabu. Untuk pengecekan kebasahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah yang diambil konsumen dalam melakukan keputusan pembelian diantaranya mengenal adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi sebelum pembelian, keputusan membeli dan perilaku setelah membeli. Terdapat tiga jenis perilaku konsumen yang berbelanja di Pasar Rabu yaitu konsumen membeli untuk mengurangi ketidakcocokan, Konsumen membeli karena kebiasaan dan konsumen membeli untuk mencari variasi produk pakaian. Sedangkan faktor-faktor yang dapat mendorong konsumen dalam keputusan pembelian dipengaruhi oleh pertama faktor budaya seperti cara bertransaksi menggunakan bahasa Madura, letak tempat tinggal yang tidak terlalu jauh dari lokasi pasar dan agama yang dianut, kedua faktor pribadi dimana konsumen di pasar Rabu Prenduan rata-rata penghasilannya menengah kebawah dengan berbagai macam pekerjaan seperti kuli bangunan, ibu rumah tangga, penjual tape, pelajar dan menunjukkan gaya hidup yang sederhana, ketiga faktor psikologis, adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhannya dan keempat faktor soisal yang pengaruhnya berasal dari keluarga, teman, organisasi dan tetangga. Selain dari ke empat faktor tersebut ada juga faktor lain yang mendorong konsumen dalam memutuskan pembelian pakaian di Pasar Rabu yaitu Keterjangkaun harga, kualitas bahan, kesesuaian model dan yang terakhir stok barang.