

EKSPLORASI PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UD FAZA JAYA

Durrotun Nafisa El Faaza^{1*}, Handaru Indrian Sasmito Adi²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe

*Email: elfaelfazaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian produk di UD Faza Jaya. Skripsi ini dilatar belakangi oleh persaingan bisnis yang semakin ketat yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Permasalahan yang dihadapi oleh UD Faza Jaya adalah perubahan dalam pola pembelian pelanggan dan tren pasar yang berkembang, Peningkatan persaingan dari usaha sejenis, kurangnya pemahaman tentang preferensi dan pengalaman pelanggan serta kurangnya fokus pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melibatkan tiga segmen pelanggan: pelanggan baru, pelanggan setia, dan pelanggan berdasarkan jenis produk, serta pemilik/owner dari UD Faza Jaya sebagai responden. Melalui wawancara dan analisis mendalam, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan baru mengetahui UD Faza Jaya melalui rekomendasi dari teman dan merasa puas dengan layanan serta produk yang dibeli. Pelanggan setia, yang telah berbelanja selama sekitar 20 tahun, memilih UD Faza Jaya karena ketersediaan produk yang dibutuhkan serta lokasi yang strategis, dan pelayanan yang baik. Pelanggan berdasarkan jenis produk mengapresiasi harga terjangkau dan kualitas produk, meskipun ada beberapa masalah dengan kondisi produk yang dapat diselesaikan dengan cepat oleh pihak UD Faza Jaya. Pemilik/owner UD Faza Jaya menggunakan Strategi pemasaran yang meliputi penggunaan banner dan testimoni pelanggan, sementara tantangan utama dalam operasional adalah menjaga ketersediaan produk sesuai dengan permintaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa UD Faza Jaya telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam menyediakan produk pertanian yang dibutuhkan dengan pelayanan yang memuaskan.

Kata Kunci: Pengalaman pelanggan, Keputusan pembelian, UD Faza Jaya

PENDAHULUAN

Memprioritaskan pengalaman pelanggan merupakan hal yang krusial bagi perusahaan (Zendesk, 2023 dalam Caruelle et al., 2024). Menurut (Rahmawati et al., 2019) Pengalaman pelanggan merupakan pengalaman yang bisa menghasilkan nilai pribadi terhadap produk, jasa atau Perusahaan, Sehingga dapat memberikan nilai tambah dan berdampak positif pada kesuksesan bisnis. Sedangkan Menurut (Latif & Hasbi, n.d. 2021) pengalaman pelanggan (*customer experience*) dapat diartikan sebagai sebuah pengalaman yang dialami oleh pelanggan, Baik secara langsung maupun tidak langsung, Yang melibatkan proses pelayanan, Manajemen, Fasilitas, dan interaksi antara pelanggan dengan pengelola dan dengan pelanggan lainnya. Dengan kata lain, Pengalaman pelanggan dapat mencerminkan seberapa baik atau buruk pelanggan merasa diperlakukan dan dilayani oleh sebuah perusahaan atau merek yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian mereka. Menurut (Anang 2018 dalam Lia & Hakiem, 2022). mendefinisikan bahwa Keputusan pembelian merupakan keputusan yang melibatkan individu dalam mencari Solusi atas suatu permasalahan dengan memilih dari berbagai alternatif perilaku yang tersedia, dianggap sebagai Langkah yang paling sesuai dalam proses pembelian setelah melalui tahap pengambilan keputusan. Holbrook & Hirschman (1982) dalam (Ruiz-Alba et al., 2023) mengemukakan bahwa dimensi pengalaman merupakan hal yang penting untuk memahami perilaku pelanggan. Dalam pengalaman pelanggan, Diharapkan pelanggan dapat membedakan suatu produk atau jasa dengan yang lainnya terjadi Ketika pelanggan dapat merasakan dan memperoleh pengalaman langsung melalui lima pendekatan: *Sense*, yang melibatkan panca Indera seperti penglihatan, pendengaran, perabaan, pengecapan dan penciuman; *Think*, yang melibatkan kemampuan intelektual pelanggan untuk berpikir secara kreatif

dan elaborative mengenai penilaian suatu produk, jasa, merk atau Perusahaan; *Act*, yang berkaitan dengan perubahan Tindakan fisik, interaksi dan gaya hidup, membuat pelanggan lebih aktif dengan produk tersebut sebelum atau selama mengkonsumsi produk atau pengguna jasa; *Relate*, yang berusaha menghubungkan merk dengan pribadi pelanggan, orang lain atau budaya (Desmi Ristia & Marlien, 2022). Perilaku pelanggan merupakan Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok maupun organisasi dalam proses pengambilan keputusan untuk memperoleh dan menggunakan barang atau jasa, yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya (Sukesri, 2019). Dalam konteks pengalaman pelanggan, persepsi pelanggan terhadap merek tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan, tetapi juga oleh interaksi mereka dengan merek tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian juga bisa bersifat internal, seperti kebutuhan, nilai, sikap, dan motivasi individu, serta faktor eksternal seperti pengaruh sosial, budaya, dan lingkungan servasi; Dalam penelitian ini (Yopita Erniza, n.d. 2019). Dengan demikian, Penting bagi perusahaan untuk memahami dan memperhatikan setiap titik kontak dengan pelanggan untuk memastikan pengalaman yang positif dan memuaskan.

UD Faza Jaya Desa Brengkok, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan adalah sebuah usaha dagang yang bergerak dibidang penjualan produk pertanian yang sedang berkembang. Produk yang ditawarkan meliputi berbagai macam jenis pupuk pertanian seperti Phonska, Urea, ZA (Zhavelzure Amonium), Obat-obatan tanaman, Alat pertanian yang meliputi pompa air, Alat penyiram tanaman, Gerobak dorong serta produk tambahan perlengkapan kebun yang dapat mendukung kegiatan pertanian dan Perkebunan pelanggan dalam Upaya meningkatkan hasil panen dan kesejahteraan petani. Sebagai objek penelitian, Usaha Dagang ini menjadi fokus utama dalam memahami bagaimana pengalaman pelanggan mempengaruhi Keputusan pembelian mereka. Dengan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman pelanggan, UD Faza Jaya diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan mereka untuk mempertahankan pelanggan serta meningkatkan pangsa pasar mereka.

Data-data terkait dengan masalah ini menunjukkan bahwa UD Faza Jaya mengalami perubahan dalam pola pembelian pelanggan dan tren pasar yang berkembang. Peningkatan persaingan dari usaha sejenis, perubahan kebutuhan pelanggan, dan faktor-faktor lainnya telah mempengaruhi dinamika bisnis di UD Faza Jaya. Beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab rendahnya peningkatan penjualan produk UD Faza Jaya termasuk kurangnya pemahaman tentang preferensi dan pengalaman pelanggan serta kurangnya fokus pada kepuasan pelanggan.

Menurut Berry et al (Rampengan et al, 2020:194) dalam (Alfaridzi, 2021) menyarankan supaya Perusahaan dapat bersaing dengan memberikan pengalaman yang memenuhi kepuasan kepada pelanggan, Mereka harus memberikan “Petunjuk” yang disesuaikan untuk setiap individu selama proses pembelian. Pengalaman pelanggan menjadi faktor kunci dalam membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap sebuah usaha. Dalam konteks UD Faza Jaya, pemahaman tentang pengalaman pelanggan dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efisien Meningkatkan layanan pelanggan, dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus yang dipilih untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian produk UD Faza Jaya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi UD Faza Jaya dan perusahaan sejenis dalam meningkatkan layanan dan produk mereka serta mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan sebagai pemahaman yang mendalam dan menjelaskan peristiwa sosial dengan cara menafsirkan konteks, pengalaman, dan perspektif individu yang terlibat dalam fenomena tersebut (Jailani, 2023). Menurut (Roosinda et al., 2021) ciri-ciri penelitian yang menerapkan pendekatan kualitatif yakni Penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara dan observasi dalam proses pengumpulan data di lapangan, karena kedua teknik ini dianggap paling efektif dalam menghimpun informasi. Penelitian ini diklarifikasikan kedalam jenis penelitian studi kasus. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi yang

memiliki suatu sistem atau kasus yang memiliki ikatan atau keterkaitan tertentu dari waktu ke waktu yang dikaji melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan beragam sumber informasi yang substansial dalam suatu konteks (Assyakurrohim et al., 2022). Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara, Observasi dan dokumentasi. Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah UD Faza Jaya.

Prosedur pengumpulan data merujuk pada serangkaian data dengan Langkah-langkah dan tahapan-tahapan yang harus diikuti untuk menghimpun informasi atau data yang diperlukan sesuai dengan metode yang dipilih. Ada berbagai metode pengumpulan data yang dapat digunakan, tergantung terhadap jenis informasi yang dibutuhkan, sumber data yang tersedia, dan konteks penelitian atau kegiatan lainnya. Berikut adalah metode pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti: (a) Metode Observasi; Dalam penelitian ini, peneliti memakai pengamatan langsung atau observasi sebagai metode pengumpulan data. (Makbul, 2021) Menyatakan Observasi, atau pengamatan, merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, dimana panca indera digunakan sebagai alat utama, termasuk penggunaan mata serta Indera lainnya seperti telinga, hidung, mulut dan kulit. (b) Metode wawancara; Wawancara merupakan Teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan secara lisan dan langsung kepada anggota sampel. (c) Dokumentasi; Dalam konteks penelitian tentang "Eksplorasi Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk UD Faza Jaya", metode dokumentasi akan digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman pelanggan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh UD Faza Jaya.

Teknik analisis data merupakan upaya sistematis untuk mengumpulkan dan mengganti Data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan metode lainnya bertujuan agar peneliti dapat memahami kasus yang sedang diteliti secara menyeluruh (Ahmad & Muslimah, 2021). Adapun uraian mengenai siklus dari pengumpulan data yaitu reduksi data, penyajian data, dan Penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan kriteria Credibility (Derajat Kepercayaan). Hal ini bertujuan untuk memastikan kebenaran data dan informasi yang terkumpul. Dengan demikian, hasil penelitian harus dapat dipercaya oleh pembaca secara kritis, termasuk oleh responden sebagai sumber informasi. Suatu penelitian kualitatif dianggap memiliki Tingkat kredibilitas yang tinggi jika temuannya berhasil mencapai tujuannya dalam menjelajahi masalah atau menjelaskan konteks, proses, kelompok sosial, atau pola interaksi yang kompleks (Susanto et al., n.d. 2023). Agar data dapat dipercaya, dalam penelitian ini diperlukan verifikasi keabsahan data dengan cara berikut: (1) Triangulasi data, Dalam penelitian ini peneliti melakukan verifikasi ulang mengenai informasi yang sudah didapat dari segala macam sumber dan membandingkannya dari beberapa teori. (2) Keabsahan (Trustworthiness) Data, Peneliti menggunakan dokumentasi berupa dokumen tertulis, dokumen Sejarah, catatan pribadi dan dokumentasi berupa gambar atau foto yang diambil saat di Lapangan yang dapat membantu melahirkan wawasan dan kebenaran mengenai pandangan yang nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di UD Faza Jaya, penggalan data dan pengumpulan informasi terkait dengan UD Faza Jaya dilakukan dengan wawancara yang dirancang untuk mendapatkan pandangan komprehensif mengenai pengalaman pelanggan dan perspektif pemilik dalam menjalankan UD Faza Jaya. Saat melakukan wawancara peneliti membuat pertanyaan yang dibagi berdasarkan segmen pelanggan yakni (Pelanggan baru, pelanggan setia dan pelanggan berdasarkan jenis produk) serta wawancara khusus dengan pemilik.

1) Pelanggan Baru UD Faza Jaya

Ketika peneliti menanyakan mengenai bagaimana anda mengetahui tentang UD Faza Jaya?

Menurut narasumber "S" selaku pelanggan baru di UD Faza Jaya, menjawab:

"Saya mengetahui UD Faza Jaya ini dari teman saya yang juga petani mbak. Saat itu saya bercerita dengan teman saya di sawah, saya mengeluhkan beberapa tanaman jagung saya yang

selalu mati karena hama dan terik panas yang akhir-akhir ini. Terus dia menyarankan saya untuk membeli obat tanaman jagung merk Starban”.

Ketika peneliti menanyakan berapa lama anda menggunakan produk UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “S” selaku pelanggan baru di UD Faza Jaya, menjawab:

“Baru beli pertama kali ini, karena sebelumnya tidak tau disini jual obat untuk tanaman”.

Ketika peneliti menanyakan bagaimana pengalaman anda melakukan pembelian di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “S” selaku pelanggan baru di UD Faza Jaya, menjawab:

“Ya mbak, saya merasa puas. Karena awalnya saya merasa putus asa untuk tidak meneruskan penanaman jagung karena sering mati. Setelah mengetahui bahwa ada jual obat tanaman jagung disini saya merasa senang karena dijelaskan satu per satu kegunaan obatnya dan penjual juga sangat sabar menjelaskan produk yang berbeda kegunaanya”.

Ketika peneliti menanyakan apakah anda berencana untuk Kembali berbelanja di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “S” selaku pelanggan baru di UD Faza Jaya, menjawab:

“Saya pasti Kembali beli disini lagi, selain harganya terjangkau dan obat yang dijual bermacam-macam serta merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan”.

2) Pelanggan Setia UD Faza Jaya

Selain itu peneliti menanyakan berapa lama anda sudah menjadi pelanggan UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Cukup lama, ya kira-kira sejak tahun 2003 sampai sekarang. Sudah lama lah nduk sekitar 20 tahunan”.

Ketika peneliti menanyakan apa yang membuat anda terus memilih UD Faza Jaya sebagai tempat berbelanja produk pertanian?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Karena produk yang dibutuhkan selalu ada membuat saya terus membeli di UD Faza Jaya, tempatnya juga dekat dengan rumah jadi tidak perlu jauh-jauh mencari produk yang dituju lagi”.

Ketika peneliti menanyakan produk apa saja yang sudah anda beli di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Banyak, pernah membeli pupuk, obat pertanian, kereta dorong. Dan ini sekarang beli alat penyiram tanaman untuk besok menyiram tanaman cabai”.

Ketika peneliti menanyakan apa yang menjadi keunggulan utama di UD Faza Jaya dibandingkan tempat lain?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Keunggulan utamanya itu produk yang dijual banyak dan beragam, pelayanannya baik dan lokasinya dekat dengan rumah jadi adanya kemudahan saat di butuhkan sewaktu-waktu”.

Ketika peneliti menanyakan bagaimana pengalaman anda melakukan pembelian di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Pelayanannya disini memuaskan, penjualnya juga selalu memberikan arahan saat pembeli tentang menanyakan produk yang dibutuhkan. Tetapi keluhan saya kadang saya melakukan pembelian tidak ada yang melayani karena penjual tidak ada di tempat tetapi toko buka yang

saya kira orangnya ada didalam. Sehingga, saya menunggu lama sampai penjual Kembali. Nah, untuk masalah harga juga yang menjadi perbedaan. Karena, pengalaman saya yang pernah beli di toko lain kadang harganya lebih rendah daripada di UD Faza Jaya. Padahal, untuk jenis produknya juga sama”.

Ketika peneliti menanyakan apakah ada hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan oleh UD Faza Jaya menurut anda sebagai pelanggan yang sudah lama melakukan pembelian?

Menurut narasumber “J” selaku pelanggan setia di UD Faza Jaya, menjawab:

“Mungkin mereka bisa mempertimbangkan untuk menambah karyawan agar lebih nyaman saat berbelanja dan tidak mengantri lama serta melakukan perbandingan harga dengan usaha sejenis agar tetap maju mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian disini”.

3) Pelanggan Berdasarkan Jenis Produk

Selain itu peneliti menanyakan produk apa yang anda beli di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “A” selaku pelanggan berdasarkan jenis produk di UD Faza Jaya, menjawab:

“Saya biasanya membeli pupuk organik, seperti sekarang ini”

Ketika peneliti menanyakan mengapa anda memilih produk tersebut dari UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “A” selaku pelanggan berdasarkan jenis produk di UD Faza Jaya, menjawab:

“Karena sudah berkali-kali membeli disini , harganya juga terjangkau”

Ketika peneliti menanyakan apakah anda pernah mengalami masalah dengan produk yang anda beli? Jika ada, bagaimana penyelesaiannya!

Menurut narasumber “A” selaku pelanggan berdasarkan jenis produk di UD Faza Jaya, menjawab:

“Saya pernah mengalami masalah saat pembelian pupuk yang teksturnya kaku dan menggumpal karena mungkin cuaca diluar gudang yang panas. Setelah saya Kembali kesini dan melaporkan ke penjual terkait masalah tersebut. Mereka dengan cepat mengganti produk tersebut. Ya, pelayanannya sangat baik.”

Ketika peneliti menanyakan apakah anda pernah membeli produk lain selain yang anda beli, bagaimana pengalaman anda?

Menurut narasumber “A” selaku pelanggan berdasarkan jenis produk di UD Faza Jaya, menjawab:

“Ya banyak sering beli disini, seperti kereta dorong dan obat tanaman tapi yang paling sering itu pupuk. Pengalamannya ya sangat baik dan terbantu dengan adanya banyak produk yang ditawarkan untuk pertanian”.

Ketika peneliti menanyakan apa yang bisa dilakukan oleh UD Faza Jaya untuk meningkatkan kepuasan anda sebagai pelanggan?

Menurut narasumber “A” selaku pelanggan berdasarkan jenis produk di UD Faza Jaya, menjawab:

“Untuk saat ini saya merasa pelayanannya memuaskan, tapi untuk lusa mungkin UD Faza Jaya mengadakan potongan harga agar produk yang dijual menambah minat pembeli dan melakukan pembelian ulang disini”.

4) Pemilik/Owner UD Faza Jaya

Selain itu, peneliti juga menanyakan kepada Pemilik/Owner dari UD Faza Jaya Terkait berdirinya Ud Faza Jaya dan apa yang memotivasi pemilik/owner untuk memulai bisnis ini?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Awalnya usaha ini berdiri tahun 1996, saya memulai bisnis ini karena adanya peluang besar dalam bidang pertanian di Wilayah kami. Saat itu petani setempat membutuhkan akses yang mudah dan terjangkau untuk alat dan obat-obatan pertanian, jadi saya ingin menyediakan Solusi

tersebut. Hingga akhirnya seiring berkembangnya waktu alhamdulillah usaha ini semakin meningkat dan menambah produk lagi yaitu pupuk organik”.

Ketika peneliti menanyakan apa saja produk yang dijual di UD Faza Jaya?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Produk yang kami jual ini meliputi alat-alat pertanian seperti gerobak dorong, alat penyiram tanaman, kemudian obat-obatan tanaman dan macam-macam pupuk organik seperti Phonska, Urea, ZA”.

Ketika peneliti menanyakan bagaimana cara anda selaku pemilik/owner dari UD Faza Jaya mempertahankan kualitas dari produk yang dijual?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Kami bekerja sama dengan supplier terpercaya dan selalu memeriksa kualitas produk yang masuk. Misalnya, seperti pupuk ini kami dapatkan langsung dari PD. Aneka Usaha Lamongan Jaya yang bertempat di Kabupaten Lamongan. Dan untuk obat-obatan tanaman serta alat-alat pertanian juga kami ambil dari supplier yang produknya memiliki kualitas tinggi”.

Ketika peneliti menanyakan apa strategi yang digunakan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Kami mengandalkan kualitas produk dan pelayanan yang baik sebagai strategi utama kami. Untuk strategi promosinya disini menggunakan banner biasanya untuk memperkenalkan produk dan memanfaatkan testimoni dari pembeli untuk mempromosikan bisnis kami”.

Ketika peneliti menanyakan bagaimana anda mengatasi keluhan atau masalah yang dihadapi pelanggan?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Jika ada masalah dari pelanggan kami sesegera mungkin untuk menangani keluhan pelanggan mbak. Kebanyakan Pelanggan melaporkan masalah melalui telepon atau langsung datang di toko, dan kami berusaha menyelesaikannya secepat mungkin, baik dengan mengganti produk yang bermasalah atau memberikan solusi alternatif”.

Ketika peneliti apa tantangan terbesar yang dihadapi UD Faza Jaya dalam operasional sehari-hari?

Menurut narasumber “A” selaku pemilik/owner di UD Faza Jaya, menjawab:

“Untuk tantangan terbesarnya itu menjaga ketersediaan produk mbak, karena terkadang juga tidak sama dengan permintaan. Kadang produk A kosong tapi banyak permintaan. Dan sebaliknya, jika produk B tersedia tetapi kurang permintaan karena seperti pupuk itu juga menyesuaikan hasil penjualannya karena di dasarkan dengan pola perubahan cuaca. Sedangkan untuk produk seperti alat-alat pertanian kita sebagai pemilik harus sering berkomunikasi dengan supplier agar stok selalu tersedia”.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa:

1) Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di UD Faza Jaya

a. Pelanggan baru

Narasumber “S” adalah pelanggan baru yang mengetahui UD Faza Jaya melalui rekomendasi seorang teman petani. Teman tersebut merekomendasikan UD Faza Jaya ketika narasumber menghadapi masalah dengan tanaman jagungnya. Narasumber merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama penjelasan rinci tentang produk, dan berencana untuk kembali berbelanja di sana. Ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut penting untuk menarik pelanggan baru dan pengalaman positif dapat mendorong loyalitas pelanggan.

b. Pelanggan Setia

Narasumber "J" telah menjadi pelanggan setia UD Faza Jaya selama lebih dari 20 tahun. Kesetiaan ini dipengaruhi oleh ketersediaan produk, lokasi strategis, dan pelayanan yang memuaskan. Meskipun ada keluhan mengenai kadang tidak adanya penjual di tempat dan harga yang lebih tinggi dibandingkan toko lain, narasumber tetap setia karena keunggulan lain yang ditawarkan. Ini menunjukkan bahwa pengalaman positif secara keseluruhan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan meskipun ada beberapa kekurangan.

c. Pelanggan Berdasarkan Jenis Produk

Narasumber "A" membeli produk berdasarkan kebutuhan spesifik seperti pupuk organik dan memilih UD Faza Jaya karena harga terjangkau dan pelayanan berkualitas, terutama dalam menangani masalah. Pengalaman positif dalam menangani keluhan, seperti penggantian produk bermasalah dengan cepat, meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian ulang.

2) Strategi Untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan UD Faza Jaya

Berikut adalah strategi yang dapat diterapkan UD Faza Jaya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan berdasarkan hasil penelitian, diantaranya adalah:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan
- b. Penyesuaian harga
- c. Promosi dan diskon
- d. Pemanfaatan testimoni pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai eksplorasi pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian produk UD Faza Jaya, dapat disimpulkan bahwa UD Faza Jaya berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan. Tetapi adanya beberapa hal yang dapat dijadikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh UD Faza Jaya untuk meningkatkan operasional dan kepuasan pelanggan. Melakukan survey harga secara berkala sangat penting untuk memastikan bahwa harga produk yang ditawarkan tetap kompetitif. Melalui perbandingan harga dengan toko-toko sejenis, UD Faza Jaya dapat mempertahankan pelanggan setia dan menarik pelanggan baru. Hal ini juga dapat membantu toko untuk tetap berada di posisi yang baik dalam persaingan pasar sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Muslimah. (2021). *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif* (Vol. 1). Alfaridzi, F. G. M. (2021). *Pengaruh pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Kopi Titik Koma Rawamangun)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Assyakurrohimi, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Caruelle, D., Shams, P., Gustafsson, A., & Lervik-Olsen, L. (2024). Emotional arousal in customer experience: A dynamic view. *Journal of Business Research*, 170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114344>
- Desmi Ristia, N., & Marlien, R. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 1–16. <https://doi.org/10.25668/yum.v5i2.1751>
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (n.d.). *THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS IN LAZADA*.

- Lia, A., & Hakiem, H. (2022). *Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12*. 5, 263.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Pradiga, M. G. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian generasi z pada produk olahan bandeng. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 14(2).
- Rahmawati, N., M. Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Ruiz-Alba, J. L., Quero, M. J., & López-Tenorio, P. J. (2023). Institutions and business customer experience: the role of interfunctional coordination and service co-design. *European Research on Management and Business Economics*, 29(1). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2022.100213>
- Sukei, S. (2019). *Loyalitas Perilaku Pelanggan*. Lutfansah Mediatama.
- Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>