



## **Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Fashion Lokal: Studi Kasus pada Saparo Store**

**Andrey Sheva Aditya Zebua**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Tasya Syaqinah**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Tifanny Az-zahra**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Zainarti**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. IAIN No. 1 Medan Timur, Medan

*Korespondensi penulis:* [andreyshevaadityaa@gmail.com](mailto:andreyshevaadityaa@gmail.com) [tasyasyaqinahh@gmail.com](mailto:tasyasyaqinahh@gmail.com)  
[tifanny.azzahra0608@gmail.com](mailto:tifanny.azzahra0608@gmail.com) [zainartimm60@gmail.com](mailto:zainartimm60@gmail.com)

**Abstract.** This study aims to understand how lifestyle influences consumer behavior in choosing local fashion products, using Saparo Store as the case study. A qualitative approach was applied through in-depth interviews with customers who have purchased products from Saparo Store. The findings show that lifestyle plays an important role in purchasing decisions. Consumers tend to choose clothing that matches their character and daily activities. Saparo Store is perceived as suitable because it offers simple, comfortable, and attractive designs. Product quality, comfort, affordability, and a wide variety of styles also play significant roles in encouraging consumers to choose this brand. The study concludes that lifestyle, product quality, pricing, and product variety are the main factors influencing consumer decisions when buying local fashion products.

**Keywords:** *lifestyle, consumer behavior, local fashion, Saparo Store*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana gaya hidup memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk fashion lokal dengan menjadikan Saparo Store sebagai studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan melalui wawancara mendalam kepada konsumen yang pernah membeli produk Saparo Store. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berperan besar dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih pakaian yang sesuai dengan karakter dan cara mereka menjalani aktivitas sehari-hari. Saparo Store dianggap memenuhi kebutuhan tersebut karena menyediakan produk dengan gaya yang sederhana, nyaman, dan tetap menarik. Faktor kualitas bahan, kenyamanan, harga yang terjangkau, serta variasi produk yang beragam juga menjadi alasan utama konsumen memilih brand ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi antara gaya hidup, kualitas, harga, dan pilihan produk merupakan aspek yang paling memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk fashion lokal.

**Kata Kunci:** gaya hidup, perilaku konsumen, fashion lokal, Saparo Store

### **PENDAHULUAN**

Industri fashion lokal di Indonesia berkembang dengan sangat pesat dan semakin mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Produk-produk fashion lokal kini tidak hanya dihargai karena harganya yang lebih terjangkau, tetapi juga karena desainnya yang semakin kreatif, kualitasnya yang meningkat, serta kemampuannya mengikuti gaya hidup masyarakat modern. Banyak konsumen membeli fashion lokal bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga sebagai cara untuk mengekspresikan diri, memperlihatkan gaya hidup, dan menunjukkan identitas mereka.

Dalam perkembangan ini, gaya hidup menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen. Cara seseorang menjalani kesehariannya mulai dari preferensi berpakaian, aktivitas yang dilakukan, hingga cara mereka memandang tren turut menentukan pilihan mereka dalam membeli produk fashion. Konsumen dengan gaya hidup sederhana misalnya, cenderung memilih pakaian yang nyaman dan tidak berlebihan. Sementara konsumen yang mengikuti tren akan lebih memperhatikan desain, gaya, dan kesesuaian produk dengan penampilan yang ingin mereka tampilkan.

Selain itu, kemudahan akses terhadap media sosial membuat masyarakat lebih sering terpapar pada berbagai gaya berpakaian dan rekomendasi produk. Paparan ini secara tidak langsung membentuk preferensi dan kebiasaan belanja mereka. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas, tetapi juga bagaimana produk tersebut sesuai dengan karakter, kebiasaan, dan gaya hidup yang mereka jalani. Karena itu, fashion lokal semakin mudah diterima ketika mampu menghadirkan produk yang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen saat ini.

Walaupun banyak penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumen, sebagian besar masih berfokus pada pendekatan angka atau survei. Pendekatan tersebut seringkali belum cukup menggambarkan pengalaman konsumen secara mendalam. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menggali lebih jauh bagaimana konsumen secara nyata memaknai gaya hidup mereka dan bagaimana hal tersebut memengaruhi keputusan pembelian fashion lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman konsumen secara langsung mengenai bagaimana gaya hidup memengaruhi perilaku mereka dalam memilih, mempertimbangkan, dan membeli produk fashion lokal. Dengan menggali pengalaman tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang membentuk keputusan konsumen dalam dunia fashion lokal yang terus berkembang.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam. Metode wawancara dipilih karena dapat membantu peneliti memahami pengalaman, alasan, dan pertimbangan konsumen secara lebih natural dan apa adanya. Wawancara dilakukan secara langsung kepada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk fashion lokal.

Pertanyaan dalam wawancara dibuat sederhana dan terbuka agar informan leluasa menjelaskan pendapat dan pengalamannya. Topik yang ditanyakan mencakup bagaimana gaya hidup mereka sehari-hari, apa yang mereka cari dari produk fashion lokal, alasan memilih produk tertentu, serta apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dibaca berulang untuk menemukan pola pemikiran, kesamaan jawaban, dan pengalaman yang sering muncul. Jawaban-jawaban tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema utama, seperti gaya hidup, pertimbangan pembelian, preferensi fashion, dan persepsi terhadap brand lokal. Hasil inilah yang nantinya digunakan untuk menjelaskan hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumen terhadap produk fashion lokal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

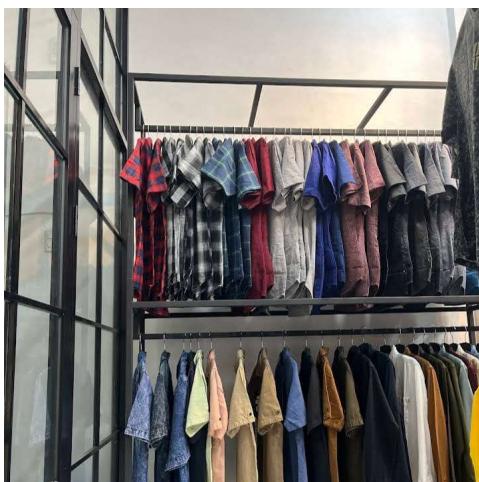
Hasil wawancara menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli produk fashion lokal sangat dipengaruhi oleh gaya hidup dan kebutuhan mereka dalam mengekspresikan diri. Ketika sebuah brand menyediakan produk yang sesuai dengan karakter dan kebiasaan konsumen, mereka cenderung merasa cocok dan akhirnya memilih brand tersebut.

Kenyamanan dan kualitas produk juga menjadi alasan penting dalam keputusan pembelian. Konsumen saat ini bukan hanya mencari pakaian yang terlihat bagus, tetapi juga yang nyaman digunakan sehari-hari. Saparo Store dinilai mampu memberi keseimbangan antara tampilan menarik dan kenyamanan bahan, sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang mereka beli.

Selain itu, harga yang terjangkau membuat konsumen merasa tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk mendapatkan pakaian yang berkualitas. Kombinasi kualitas yang baik dan harga yang ramah di kantong menjadi nilai tambah yang cukup kuat bagi konsumen.

Pilihan produk yang beragam juga menjadi faktor yang memperkuat ketertarikan konsumen. Dengan banyaknya pilihan style, konsumen dapat menyesuaikan kebutuhan dan preferensi mereka tanpa harus mencari dari brand lain. Hal ini membantu Saparo Store membangun loyalitas konsumen, karena mereka merasa brand ini mampu memenuhi kebutuhan fashion mereka secara lebih lengkap.

Secara keseluruhan, gaya hidup, kualitas, harga, dan variasi produk menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk dari Saparo Store.



**Gambar 1.** Display berbagai pilihan kemeja dan atasan di Saparo Store



**Gambar 2.** Display beberapa pilihan jaket, kaos, dan hoodie yang ditata di area depan

## PEMBAHASAN

Dari wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa gaya hidup memang berpengaruh besar pada alasan seseorang memilih produk fashion tertentu. Informan menjelaskan bahwa ia membeli produk Saparo Store karena produk yang ditawarkan sesuai dengan cara ia mengekspresikan dirinya sehari-hari. Ia suka tampilan yang sederhana tetapi tetap terlihat menarik, dan menurutnya produk dari Saparo Store sangat cocok dengan gaya tersebut.

Informan juga menggambarkan bahwa orang-orang yang berbelanja di Saparo Store biasanya punya selera yang mirip dengannya: menyukai pakaian yang simpel, nyaman, tetapi tetap terlihat stylish. Secara umum, konsumen yang datang ke SAPARO cenderung mencari sesuatu yang tidak ribet, enak dipakai, tetapi tetap terlihat “keren”.

Dalam mempertimbangkan pembelian, informan mengatakan bahwa kualitas produk menjadi hal pertama yang ia perhatikan. ia merasa bahwa bahan pakaian dari Saparo Store nyaman dipakai dan tidak membuat gerah. Harga yang lebih terjangkau dibandingkan brand lain juga menjadi alasan kuat kenapa ia lebih memilih Saparo Store.

Hal lain yang membuat Saparo Store menarik adalah pilihan produknya yang cukup banyak. Informan merasa lebih mudah menemukan pakaian yang sesuai kebutuhannya karena tersedia berbagai jenis, mulai dari kaos biasa, kaos oversize, pakaian sport, kemeja, sampai jaket. Variasi ini membuatnya merasa lebih bebas memilih tanpa harus berpindah ke brand lain.

## KESIMPULAN

Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki peran yang besar dalam keputusan konsumen memilih produk fashion lokal. Konsumen cenderung mencari produk yang sesuai dengan cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari dan bagaimana mereka ingin terlihat. Dalam kasus ini, Saparo Store dianggap cocok karena menawarkan gaya yang simpel, nyaman, dan tetap menarik, sehingga sesuai dengan karakter konsumen yang tidak ingin tampil berlebihan tetapi tetap ingin terlihat rapi.

Kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam pembelian. Konsumen merasa bahan pakaian dari Saparo Store nyaman digunakan dan tidak membuat panas, sehingga memberikan pengalaman yang lebih baik dibanding beberapa brand lain yang pernah dicoba. Harga yang terjangkau juga memberikan nilai tambah karena konsumen merasa mendapatkan produk yang bagus tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Selain itu, pilihan produk yang beragam membuat konsumen merasa lebih mudah menemukan style yang sesuai kebutuhan mereka tanpa harus mencari ke brand lain.

Secara keseluruhan, keputusan konsumen untuk membeli produk fashion lokal dipengaruhi oleh kesesuaian dengan gaya hidup, kenyamanan, kualitas bahan, harga yang masuk akal, dan variasi produk yang ditawarkan. Saparo Store dinilai mampu memenuhi semua aspek tersebut sehingga konsumen merasa puas dan cocok dengan brand ini.

Berdasarkan temuan penelitian, brand fashion lokal seperti Saparo Store disarankan untuk terus memperhatikan perkembangan gaya hidup konsumen. Menyediakan produk yang nyaman, relevan dengan tren, namun tetap mempertahankan ciri khas sederhana dan mudah dipadukan akan membantu menjaga hubungan baik dengan konsumen. Peningkatan kualitas secara konsisten masih penting dilakukan agar kepercayaan konsumen tetap terjaga, mengingat kenyamanan bahan menjadi salah satu alasan utama mereka memilih produk ini.

Selain itu, memperkaya variasi desain dan model dapat membantu menjangkau konsumen baru tanpa meninggalkan identitas brand yang sudah disukai pelanggan. Menjaga harga tetap terjangkau juga menjadi hal penting, karena keseimbangan antara kualitas dan harga yang bersahabat merupakan salah satu alasan kuat konsumen memilih brand lokal seperti Saparo Store. Dengan memperkuat identitas brand dan tetap mendengarkan kebutuhan konsumen, produk fashion lokal berpeluang semakin diterima dan bersaing di pasar yang lebih luas.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan yang telah meluangkan waktu dan memberikan jawaban secara jujur selama proses wawancara, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Apresiasi yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada Saparo Store atas izin dan kesempatan yang diberikan untuk melakukan studi kasus secara langsung. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing, rekan-rekan Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk saran, dorongan, maupun bantuan selama penyusunan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi positif bagi pengembangan kajian perilaku konsumen di bidang fashion lokal.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Handayani, M. T., & Masreviastuti. (2024). Pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk UNIQLO di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Imbayani, I. G. A., & Novarini, N. N. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan positive emotion terhadap impulse buying behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Kusnawan, R. P., & Rini, Y. P. (2025). The influence of lifestyle, brand image, and consumer behavior mediated by marketing mix on fashion product purchasing decisions. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 23(2), 179–198.
- Nugroho, O., & Budiyanto, A. (2025). Pengaruh gaya hidup dan fashion involvement terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashioin secondhand Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 5(2), 364–376.
- Setiawan, G. A. (2023). Pengaruh store atmosphere, shopping lifestyle, dan fashion involvement terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada produk UNIQLO. *Journal of Indonesian Economic Research*.