

Analisis Kualitas Data dalam Keputusan Pembelian Konsumen

Ahmad Baihaqi¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 30, 2025

Revised May 23, 2025

Accepted May 28, 2025

Available online June 02, 2025

Kata Kunci:

Kualitas Data, Keputusan Pembelian Konsumen, Perilaku Konsumen.

Keywords:

Data quality, consumer purchasing decisions, consumer behavior.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Ditengah pesatnya perkembangan digital, transaksi belanja online maupun daring telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat. Kemudahan akses dari berbagai produk maupun layanan membuat konsumen memiliki kebebasan dalam menentukan pilihannya. Namun, fenomena yang sering muncul adalah perilaku konsumen yang berpindah dari satu toko ke toko lain, baik itu secara online maupun offline. Salah satu faktor penyebabnya adalah buruknya kualitas data yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Data yang tidak akurat, tidak lengkap, atau tidak relevan dapat menghambat perusahaan dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumennya, sehingga layanan yang diberikan menjadi kurang optimal. Kualitas data memiliki peran yang sangat penting dalam membangun komunikasi yang efektif, serta pengambilan keputusan yang tepat sasaran. Kualitas data yang buruk dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Data yang akurat memudahkan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan, memahami kebutuhan konsumen, dan membangun hubungan loyalitas berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk menjaga integritas dan akurasi data agar dapat menciptakan pengalaman belanja

yang memuaskan dan menjaga loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

In the midst of rapid digital development, online and online shopping transactions have become an inseparable part of society. The ease of access to various products and services makes consumers have the freedom to make their choices. However, a phenomenon that often arises is consumer behavior that moves from one store to another, both online and offline. One of the factors causing this is the poor quality of data owned by a company. Inaccurate, incomplete, or irrelevant data can hinder companies in understanding the needs and preferences of their consumers, resulting in less than optimal services. Data quality plays a very important role in building effective communication, as well as targeted decision-making. Poor data quality can affect a person's purchasing decisions. Accurate data makes it easier for companies to improve services, understand consumer needs, and build sustainable loyalty relationships. Therefore, it is important for every company to maintain the integrity and accuracy of data in order to create a satisfying shopping experience and maintain customer loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital saat ini telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara konsumen melakukan suatu pembelian. Transaksi belanja online kini menjadi pilihan dari banyak kalangan karena menawarkan kemudahan, efisiensi waktu dan menawarkan berbagai pilihan produk yang bisa diakses melalui perangkat digital. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat perusahaan dituntut memahami kebutuhan konsumen secara mendalam dan cepat agar tetap relevan di pasar.

Kinerja sebuah organisasi sangat ditentukan oleh keputusan strategis yang diambil oleh para pemangku kepentingan. Selanjutnya, keputusan strategis tersebut bergantung pada kualitas data dan informasi yang tersedia dalam organisasi. Kualitas data dan informasi yang optimal ditentukan oleh sejauh mana mereka memenuhi kriteria yang diinginkan oleh pengguna sehingga dapat digunakan secara efektif. Keinginan pengguna akan kriteria data dan informasi di setiap organisasi akan bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diinginkan, sehingga kriteria kualitas data dan informasi tidak dapat dianggap bersifat universal. (Karami, 2018)

*Corresponding author

E-mail addresses: ahmadbaihaqi13894@gmail.com¹ irwannst@uinsu.ac.id²

Dalam konteks pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk maupun jasa, banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital dalam mengelola data konsumen masih mengalami berbagai kendala terkait kualitas data yang dimiliki. Data yang tidak lengkap, tidak terbaru, atau bahkan tidak relevan menjadi tantangan serius dalam proses analisis dan pengambilan keputusan. Hal ini menyebabkan ketidakmampuan perusahaan dalam memberikan pengalaman berbelanja yang optimal dan memengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek atau platform tertentu.

Kualitas data yang buruk, ditandai dengan kesalahan, inkonsistensi, dan ketidaklengkapan, dapat berujung pada ketidakakuratan data, yang pada akhirnya dapat menghalangi proses pengambilan keputusan yang tepat dan efektif. Dampak negatif dari inferioritas kualitas data dapat merusak reputasi organisasi, mengikis kepercayaan para pemangku kepentingan, serta memengaruhi produktivitas dan efisiensi operasional secara keseluruhan. (Atika & Padli Nasution, 2024)

METODE

Dalam artikel jurnal ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi. Dengan teknik literatur dalam mengumpulkan data, di mana penulis mengumpulkan data dengan topik analisis kualitas data terhadap keputusan pembelian konsumen. Penulis melakukan observasi dari artikel dan jurnal baik itu Google Scholar maupun Media elektronik untuk mendapatkan data-data mengenai Analisis Kualitas Data dalam Keputusan Pembelian Konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian kualitas data

Kualitas data mengacu pada ukuran kondisi kumpulan data berdasarkan faktor-faktor seperti akurasi, kelengkapan, konsistensi, keandalan, dan validitas. Mengukur kualitas data dapat membantu organisasi mengidentifikasi kesalahan dan ketidakkonsistenan dalam data mereka dan menilai apakah data tersebut sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan. Data berkualitas tinggi harus bebas dari masalah seperti duplikasi, ketidaklengkapan, inkonsistensi, kesalahan, definisi yang tidak jelas, organisasi yang buruk, dan keamanan yang lemah. Kualitas data atau informasi memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan atau kinerja suatu organisasi. Mempertahankan kualitas data yang tinggi tidak hanya memastikan hasil analisis yang akurat, namun juga mendukung pengambilan keputusan yang tepat. (Selvi & Padli Nasution, 2024)

Pengertian keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah manifestasi dari tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seorang konsumen. Keputusan pembelian atau transaksi yang diambil oleh konsumen merupakan salah satu faktor penentu dalam mencapai tujuan perusahaan. Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku di mana individu memilih produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yang meliputi tahapan mulai dari identifikasi masalah, pencari informasi, sehingga melakukan keputusan pembelian, serta perilaku yang diambil setelah transaksi tersebut. (Mutia, Rahma, & Gustina, 2024)

Konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membuat keputusan untuk membeli produk yang menarik minat mereka. Sebagai contoh, kepercayaan dan kualitas informasi mengenai produk-produk yang akhirnya diakuisisi dalam transaksi belanja daring. Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melakukan transaksi untuk memperoleh barang atau jasa sebagai respons terhadap keinginan dan kebutuhan mereka. Kegiatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan tersebut tetapi juga menyediakan informasi yang berkelanjutan bagi konsumen sehubungan dengan pilihan pembelian mereka. (Rabiana & Akib, 2020)

Pengaruh kualitas data dalam keputusan pembelian

Kualitas data memiliki dampak yang besar dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Data yang akurat, lengkap, relevan dan terpercaya memungkinkan konsumen atau perusahaan menganalisa produk secara objektif, mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan, serta mengevaluasi pilihan. Data yang berkualitas tinggi membuat konsumen cenderung merasa lebih yakin dan percaya dalam memilih sebuah produk ataupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebaliknya, data yang tidak valid dapat menimbulkan keraguan dalam pengambilan keputusan seorang konsumen, bahkan berujung pada ketidakpuasan setelah pembelian.

Data yang berkualitas memiliki peranan yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan konsumen maupun mencapai kesuksesan sebuah perusahaan ataupun organisasi. Alasan kualitas data dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen penting:

1. Memberikan informasi yang akurat: data yang berkualitas memberikan informasi yang relevan dan benar tentang produk maupun layanan, sehingga konsumen dapat membuat keputusan berdasarkan fakta, bukan asumsi

2. Meningkatkan kepercayaan: ketika data akurat dan transparan hal ini akan membangun kepercayaan seseorang terhadap sebuah brand dan mempengaruhi keputusan pembelian secara positif.
3. Menghindari kesalahan pembelian: dengan data yang akurat konsumen dapat menilai apakah produk itu cocok atau tidak, sehingga menghindari kesalahan pembelian.
4. Memudahkan konsumen membandingkan produk: data yang akurat dan lengkap membuat seseorang lebih mudah membandingkan beberapa produk dengan produk layanan lainnya sehingga memudahkan mereka dalam melakukan keputusan pembelian.
5. Mengoptimalkan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan: data yang jelas dan terorganisir dengan baik memudahkan seseorang dalam proses pengambilan keputusan dan membantu mereka memilih produk sesuai dengan anggaran dan keinginannya.

SIMPULAN

Kualitas data memiliki peranan penting terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Data yang akurat, lengkap, konsisten serta relevan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian sebuah produk maupun jasa. Data yang buruk dapat berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian seseorang oleh karena itu memastikan kualitas data agar tetap akurat dan relevan dapat meningkatkan performa ataupun kinerja sebuah perusahaan atau organisasi. Kualitas data yang akurat dapat membantu proses pengambilan keputusan konsumen seperti memberikan informasi yang akurat, meningkatkan kepercayaan, menghindari kesalahan pembelian, memudahkan konsumen membandingkan produk dan mengoptimalkan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan untuk menjaga integritas dan akurasi data agar dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan menjaga loyalitas pelanggan.

REFERENSI

- Atika, N. N., & Padli Nasution, M. I. (2024). Manajemen Kualitas Data Dalam Aplikasi E-Commerce: Memastikan Informasi Produk Yang Akurat. *Journal Of Sharia Economics Scholar (Joses)*, 2(2), 60-63.
- Karami, A. F. (2018, Maret). Manajemen Kualitas Data Dan Informasi Dengan Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Kinerja Operasional Pabrik Pt. Sari Aditya Loka 2. *It Journal Research And Development*, 2(2), 1-13.
- Mutia, A., Rahma, S., & Gustina, C. (2024). 71 pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Journal Al-Dzahab*, 5(2), 71-80.
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 4(1), 16-33.
- Selvi, & Padli Nasution, M. I. (2024). Pengaruh Kualitas Data Terhadap Kinerja Sistem Informasi: Analisis Dampak Kesalahan, Ketidaksesuaian, Dan Ketidaklengkapan Data Pada Efisiensi Dan Efektivitas Operasional. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(11), 21-30.