

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ayat Al-Qur'an dijelaskan bagaimana kita dapat menentukan sikap kita terhadap keputusan yang dapat kita tekadkan dengan menggunakan akal sehat manusia sehingga kita dapat menemukan pilihan yang sudah kita tekadkan sebelumnya. Sudah pasti, ini dilakukan dengan menggunakan metodologi ilmiah yang melibatkan penilaian manusia. seperti yang dijelaskan dalam ayat 216 Surat Al-Baqarah berikut:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ
خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا
تَعْلَمُونَ ﴿٢١٦﴾

Artinya: Ada kemungkinan bahwa kamu membenci sesuatu padahal ia sangat bermanfaat bagimu, dan ada kemungkinan bahwa kamu menyukai sesuatu padahal ia sangat buruk bagimu. Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui

Dapat disimpulkan ketika kita dalam proses mengambil keputusan, bahwa Allah-lah sebaik-baiknya tempat kembali ketika dihadapkan dalam sebuah masalah. Selain Al-Baqarah ayat 216, dalam Al-Qur'an menjelaskan pula bertawakal dalam pengambilan keputusan, karena sejatinya setiap manusia memiliki pendapat yang berbeda, sebagaimana dituangkan dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 berikut:

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka maafkanlah mereka, mohonkan ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, karena jika kamu keras dan berhati kasar terhadap mereka, mereka akan menjauhkan diri darimu. Jika kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah, karena Allah menyukai mereka yang bertawakkal kepada-Nya.

Dari ayat 159 Ali Imran, dapat disimpulkan ketika mengambil keputusan tentu akan terjadi banyak perbedaan pendapat, berlakulah lemah lembut sebagaimana sudah di perintahkan oleh Allah ketika berselisih pendapat dengan yang lain.

Adapun ayat dalam Al-Qur'an, menjelaskan tentang jual-beli yang sering diterapkan oleh kegiatan manusia dalam kesehariannya untuk kelangsungan hidupnya, pada dasarnya manusia tidak bisa lepas dari kegiatan berbelanja untuk memenuhi kehidupannya sejak zaman nabi Muhammad hingga saat ini, sebagaimana dituangkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 berikut;

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
 بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil; sebaliknya, lakukan bisnis dengan suka sama suka di antara kamu.

Dari ayat tersebut, dapat disimpulkan, berjual-belilah dengan jalan yang benar tidak menggunakan cara yang *batil*, pada dasarnya dalam bertransaksi ada unsur saling menyukai sehingga tidak menimbulkan ancaman dan paksaan dari kedua belah pihak atau lebih.

Berbicara mengenai jual beli erat kaitanya dengan dunia usaha yang berkembang secara pesat dalam kemajuan teknologi dan bisnis hingga saat ini. Ada beragam jenis usaha baik yang sejenis maupun tidak sehingga dapat menimbulkan dampak persaingan yang cukup ketat, baikpun itu perusahaan kecil maupun besar di Indonesia. Dalam hal ini setiap entitas bisnis tentu memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk usahanya guna mendapatkan laba, perkembangan usaha dan mempertahankan eksistensinya kepada konsumen. Ritel juga salah satu jenis usaha yang memiliki perkembangan cukup pesat hingga saat ini, bisnis ritel yang dikelola secara tradisional mulai tersaingi dengan keberadaan bisnis ritel modern seperti *minimarket*.

Menurut KBBI *minimarket* yaitu pasar swalayan kecil yang dibagi menjadi dua kata dari satu kalimat gabungan yaitu "*mini*" yang berarti kecil dan "*market*" yang berarti pasar. Sehingga dapat diartikan sebuah tempat kecil yang menjual barang-barang bervariasi dan lengkap seperti di dalam pasar guna memenuhi kebutuhan manusia untuk keberlangsungan hidupnya. Ada beragam jenis *minimarket* di Indonesia salah satunya *minimarket* Indomaret sebagaimana diketahui salah satu produk yang semakin lama banyak digemari oleh masyarakat Indonesia.

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Toko pertama dengan nama Indomart dibuka di Ancol, Jakarta Utara, pada tanggal 20 Juni 1988, dikelola oleh PT Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga tahun 2015 adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat. Sampai dengan Juni tahun 2021, jumlah gerai sebanyak 18.939 gerai Mitra usaha waralaba ini meliputi koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret tersebar merata dari Sumatra, Batam, Jawa, Madura, Bali, NTB, Kalimantan, Sulawesi dan Maluku. Motto perusahaan adalah *Mudah dan Hemat* (Wikipedia.com).

Setiap pelaku usaha memiliki kompetitor dalam bisnisnya seperti halnya minimarket Indomaret yang mempunyai kompetitor dalam bisnisnya diantaranya Alfamart, Alfamidi, Circle K, Ceriamart, FamilyMart, Bright dan beberapa jenis lainnya, Semua pelaku usaha ini saling menerapkan sistem mesin kasir *point of sale* untuk penjualannya, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Dibalik kemudahannya dalam berbelanja jenis usaha minimarket ini mempunyai kekurangan yaitu harga yang cenderung cukup mahal sedikit ketimbang dipasar tradisional, tetapi hal tersebut bukan menjadi masalah utama mengingat masyarakat Indonesia saat ini rata-rata lebih memilih kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja atas fasilitas yang diberikan

khususnya kalangan menengah yang cenderung lebih banyak jumlahnya dibandingkan kalangan atas maupun bawah.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, berbicara tentang persaingan di dunia bisnis tidak lepas dari strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk bertahan hidup dan berkembang. Karena konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian perusahaan, persaingan dalam industri ritel sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana produk, termasuk barang dan jasa, memenuhi harapan pelanggan, dan apakah pelanggan mampu membuat pilihan dan pembelian sesuai dengan harapan mereka.

Konsumen yang ingin membeli suatu produk atau jasa mungkin saja dipengaruhi oleh suasana di dalam toko pada saat melakukan pembelian. Suasana dalam toko yang menyenangkan tentunya akan meningkatkan minat konsumen dalam melakukan aktivitas seperti pembelian produk. Menurut Gilbert (2003:129), suasana toko merupakan kombinasi pesan fisik yang terencana. suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terencana dalam lingkungan belanja yang menimbulkan pengaruh emosional tertentu yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan adalah strategi lain yang dapat digunakan oleh pelaku ekonomi. Melalui layanan ini, pemilik atau karyawan dapat menetapkan standar pelayanan prima. Menurut Kotler (2014:83), jasa didefinisikan sebagai tindakan yang dapat diberikan oleh satu

pihak kepada pihak lain, meskipun tidak berwujud dan tidak melibatkan kepemilikan. Ketika suatu perusahaan memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya, mereka akan memberikan nilai positif dan merasa puas dengan uang mereka.

Sebelum memutuskan pembelian, umumnya manusia berfikir secara rasional dengan segala cara mempertimbangkan informasi yang diterimanya terkait suasana toko dan kualitas pelayanan sehingga menimbulkan proses keputusan pembelian terhadap rangsangan dari tindakan yang diterimanya atau disebut minat beli konsumen. Menurut Durianto (2018:58), minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk, seperti harga, cara membeli dan kelemahan serta keunggulan produk dibanding merek lain. Dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu terhadap produk baikpun itu barang atau jasa maka akan muncul keinginan dalam diri konsumen untuk memutuskan membeli.

Beberapa peneliti telah melakukan sejumlah penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Studi Mukti 2019 menunjukkan bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan adalah faktor utama dalam keputusan pelanggan untuk membeli barang di Indomaret Surabaya. Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Husnul (2019), yang menunjukkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan dan suasana toko sangat memengaruhi keputusan

pembelian konsumen, setiap perubahan pada lokasi toko dan kualitas layanan akan berdampak secara bersamaan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Indomaret Di Yogyakarta.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta?
3. Apakah suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah ini sifatnya memfokuskan perhatian pada penelitian dengan memperoleh kesimpulan yang benar dan menadalam, berdasarkan pada rumusan masalah diatas dengan aspek yang diteliti. Maka dalam hal ini permasalahan yang dikaji perlu dibatasi sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *minimarket* indomaret di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi serta dapat memperluas wawasan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan sub bab terkait.
2. Secara akademis, diharapkan penelitian ini memberikan sumbangan karya ilmiah dan menjadi sumber bacaan untuk mendukung pelaksanaan program keilmuan bagi perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu dan dapat memberikan dukungan dalam hal sumbangan pikiran, pengetahuan dan informasi kepada pihak yang berkepentingan.

F. Sistematika Penulisan

Pembahasan sistematis dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran isi penelitian dari awal hingga akhir. Sistematika pembahasan yang tercakup dalam penelitian ini terdiri dari lima bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa bagian antara lain ialah pendahuluan atau latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang menjelaskan landasan teori penelitian khususnya terkait kualitas pelayanan, suasana toko, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab berisi tentang jenis penelitian metode penelitian, objek, jenis dan sumber, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab berisi tentang hasil analisis data dari pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup yaitu berupa kesimpulan dari hasil yang dilakukan dan saran-saran yang mungkin berguna bagi peneliti di masa yang akan datang.