

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha minimarket atau pasar modern merupakan jenis usaha yang sekarang ini banyak dilakoni oleh pengusaha dan dapat mendatangkan keuntungan yang relatif besar. Salah satu berdirinya usaha minimarket terletak di Kecamatan Ulaweng dan terdapat dua minimarket yakni Alfamart dan Indomaret yang melayani setiap pelanggan yang datang berbelanja, baik masyarakat Kecamatan Ulaweng maupun masyarakat diluar Kecamatan Ulaweng. Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas berkaitan erat dengan kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

Minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket juga meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis dibandingkan pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional. Hal ini merupakan pergeseran dari kebutuhan fungsional menjadi kebutuhan psikologis. Kebutuhan fungsional (functional needs) adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk atau penampilan (performance) dari produk, sedangkan kebutuhan psikologis (psychological needs) adalah kebutuhan yang diasosiasikan dengan kebutuhan

yang bersifat mental dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan berbelanja ataupun membeli sebuah produk.¹

Sejauh ini beberapa hasil penelitian mengenai berbelanja di minimarket yang dilakukan oleh peneliti yaitu, pertama penelitian yang dilakukan oleh Faris Mujaddid Adinugroho tahun 2015 dengan judul “pengaruh kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan komunikasi *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan minimarket”.² Kedua penelitian yang dilakukan oleh Helisia Krisdayanti tahun 2017 dengan judul “pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada minimarket kertapati jaya indah Palembang”.³ Ketiga penelitian yang dilakukan oleh Navira Rizky Perdana tahun 2018 dengan judul “faktor- faktor yang mempengaruhi minat berbelanja masyarakat di minimarket (studi kasus di *Alfamart Way Jepara*)”.⁴ Keempat penelitian yang dilakukan oleh Syifa Fauziah tahun 2018 dengan judul “pengaruh persepsi syariah, kreasi nilai, *brand image*, *brand trust*, harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada supermarket *Tip Top Ciputat*”.⁵ Kelima penelitian yang dilakukan oleh Wana Arina tahun

¹Observasi penulis di Alfamart dan Indomaret Kecamatan Ulaweng, 12 Juli 2021.

²Faris Mujaddid Adinugroho, “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Komunikasi *Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket” (Skripsi, Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), h. Xi.

³Helisia Krisdayanti, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang” (Skripsi, Program Sarjana, UIN Raden Fatah, 2017), h. IX.

⁴Navira Rizky Perdana, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Masyarakat di Minimarket (Studi Kasus di *Alfamart Way Jepara*)” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Metro Lampung, 2018), h. V.

⁵Syifa Fauziah, “Pengaruh Persepsi Syariah, Kreasi Nilai, Brand Image, Brand Trust, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Pada Supermarket *Tip Top Ciputat*” (Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. V.

2019 dengan judul “pengaruh persepsi internal dan persepsi eksternal terhadap minat konsumen berbelanja di minimarket angkasa”.⁶ 6) Riska tahun 2017 dengan judul “Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam (Studi di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar)”⁷, 7) Chyntia Veronica Ruslan tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Lokasi Toko, Harga, Kualitas Produk, Citra Toko terhadap Loyalitas Konsumen di Minimarket Sekip Makmur Palembang”⁸, 8) Ahmad Khoiri tahun 2019 dengan judul “ Analisis Faktor-Faktor Bauran Ritel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Minimarket “KITA” Tegal”⁹. 9) Agustin Kurniawati tahun 2016 dengan judul “Hubungan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan dalam Berbelanja Pada Minimarket di Kecamatan Kasihan Bantul”¹⁰,10) Riya Marlia dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam.”¹¹

⁶Wana Arina, judul “Pengaruh Persepsi Internal dan Eksternal terhadap Minat Konsumen Muslim Berbelanja Di Minimarket Angkasa”(Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019), h. Vii.

⁷Riska, “Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam (Studi di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar)” (Skripsi, Program Sarjana, UIN Alauddin Makassar, 2017), h. Ix.

⁸Chyntia Veronica Ruslan, ”Pengaruh Lokasi Toko, Harga, Kualitas Produk, Citra Toko terhadap Loyalitas Konsumen di Minimarket Sekip Makmur Palembang” (Skripsi, Program Studi Manajemen Palembang, STIE Multi Data, 2020), h. Vii.

⁹Ahmad Khoiri, “Analisis Faktor-Faktor Bauran Ritel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Minimarket “KITA” Tegal” (Skripsi, Program Sarjana, Universitas Negeri Semarang, 2019), h. Viii.

¹⁰Agustin Kurniawati, “Hubungan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan dalam Berbelanja Pada Minimarket di Kecamatan Kasihan Bantul” (Skripsi, Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Yogyakarta, 2016), h. Ii.

¹¹Riya Marlia, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Program Sarjana, UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. Ii.

Studi penelitian tentang berbelanja di minimarket sudah banyak diteliti oleh para peneliti sebelumnya dengan menggunakan beberapa variabel (kualitas layanan, kepuasan pelanggan, persepsi syariah, harga) yang mempengaruhi minat berbelanja di minimarket dengan menggunakan beberapa metode penelitian yakni metode deskriptif analisis, analisis statistik regresi linier berganda, regresi linier sederhana, namun masih kurang penelitian yang menggunakan pendekatan regresi logistik. Untuk itu peneliti kali ini hadir untuk membahas hal tersebut pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan variabel, umur, harga, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan serta produk halal dengan metode pengujian menggunakan pendekatan regresi logistik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka penulis dapat menguraikan rumusan masalah yang akan menjadi bahan penelitian, yaitu:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah?
2. Bagaimana karakteristik masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah?
3. Bagaimana tingkat probabilitas masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan pokok masalah yang diangkat maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah.
- b. Untuk mengetahui karakteristik masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah.
- c. Untuk mengetahui tingkat probabilitas masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini, antara lain:

- a. Manfaat ilmiah, yakni hasil penelitian diharapkan dapat memberi sumbangsih dan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu keislaman pada khususnya.
- b. Manfaat praktis, yakni hasil penelitian diharapkan dapat memberi sumbangsih pemikiran dan masukan terhadap individu dan instansi yang terkait dalam merumuskan kebijakan pembangunan masyarakat, bangsa, negara, dan agama.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup masyarakat muslim yang berbelanja di minimarket yang terletak di Kecamatan Uluweng, dimana variabel dalam penelitian ini ada enam yaitu, berbelanja di minimarket sebagai variabel dependen. Produk halal, harga, umur, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan sebagai variabel independen.

E. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penyusunan skripsi ini menjadi terarah dan teratur maka sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I **Pendahuluan**

Dalam bab ini akan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II **Kajian Pustaka**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pikir dan hipotesis yang berkaitan dengan masalah penelitian.

BAB III **Metode Penelitian**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang metode yang digunakan oleh peneliti terkait jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan alat analisis data.

BAB IV **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian berupa jawaban dari pernyataan yang telah ditampilkan sebelumnya diuraikan serta dibahas dengan kajian pustaka yang telah ditentukan dengan menggunakan alat analisis yang telah ditentukan.

BAB V **Penutup**

Dalam bab ini akan menjelaskan kesimpulan dan saran-saran, kesimpulan menyajikan secara singkat mengenai seluruh penemuan penelitian yang memiliki hubungan dengan masalah penelitian.