

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan perekonomian masyarakat saat ini berdampak juga dengan meningkatnya daya konsumsi masyarakat khususnya di wilayah Kabupaten Pamekasan. Hal ini tentu banyak sekali perusahaan atau usaha perseorangan untuk menyediakan kebutuhan masyarakat seperti membuka usaha minimarket, toko dan tempat perbelanjaan lainnya. Setiap perusahaan pasti berlomba-lomba atau bersaing dalam memperebutkan konsumen. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menciptakan strategi kualitas pelayanan dan harga yang baik.

Penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan kualitas pelayanan yang berkualitas dan menentukan harga yang tepat agar mampu memenuhi sasaran yang efektif sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen.¹

Salah satu perusahaan yang ada pada saat ini adalah minimarket. Minimarket merupakan pasar swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register atau sering disebut juga mesin kasir. Selain hal tersebut, minimarket juga hanya menjual produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga (*basic necessities*)

¹ Nurul Pertiwi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Kembali Produk Pestisida Pada PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru" *JOM FISIP* (Desember 2019) hlm., 2

yang telah dipilih terlebih dahulu. Adanya Minimarket yang saat ini sedang berkembang mendapat respon baik dari masyarakat.

Dalam berbelanja, konsumen pasti memperhatikan harga dari suatu produk tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga menjadi hal yang penting, karena harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam berbelanja. Apabila produk yang di dapat sesuai dengan harga yang ditetapkan dan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas dan dengan begitu akan mempunyai minat untuk membeli kembali.²

Selain harga hal yang diperhatikan oleh konsumen adalah kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga sangat penting. Menurut Lovelock mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa yang melebihi harapan konsumen. mengatakan bahwa sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan dan harus berada di atas saingan atau lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan ikut menentukan minat beli konsumen. Harga adalah faktor yang penting dalam menentukan minat beli konsumen.³

² M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Budi Utama,2018),180

³ Henry Sutanto Dan Khaerul Uman, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia203),2788-2799

Ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli suatu produk sendiri juga dipengaruhi oleh dorongan dari dalam diri konsumen untuk memiliki dan membeli suatu produk. Dorongan dari dalam diri konsumen untuk memiliki suatu produk merupakan respon terhadap rangsangan baik dari luar maupun dari dalam diri konsumen. Dorongan tersebut membuat konsumen memiliki minat untuk membeli produk yang diinginkannya. Minat beli merupakan perilaku yang timbul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian.

Selain itu, minat beli akan timbul karena kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau. Dalam hal ini, adanya hubungan erat antara harga, kualitas pelayanan dengan minat beli konsumen karena harga dan kualitas pelayanan digunakan oleh perusahaan untuk menambah daya tarik agar konsumen membeli suatu produk yang telah ditawarkan.⁴

Minimarket Nur Aqilah merupakan salah satu perbelanjaan di Jalan Kemayoran Kabupaten Pamekasan yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan Sembako. Minimarket Nur Aqilah membuat berbagai strategi untuk memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan merancang strategi pemasaran yang baik dengan cara menetapkan harga produk dan menciptakan sistem pelayanan yang baik pula, dimana harga yang ditetapkan oleh pihak Minimarket Nur Aqilah terbilang murah dan terjangkau serta pelayanan di Minimarket Nur Aqilah cukup serta pelayanan Minimarket Nur Aqilah ramah, santun dan sopan terhadap konsumen.

⁴ Yogi Pramana Wijaya, "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Indomaret Di Jabodetabek" (Skripsi: Manajemen Bisnis: Cikarang) Hlm., 5

Tidak hanya itu saja pihak minimarket Nur Aqilah juga tidak mau konsumennya kecewa karena kebutuhan yang dicari konsumen tidak ada, dengan hal itu pihak Minimarket Nur Aqilah mencatat kebutuhan-kebutuhan para konsumen yang tidak ada yang kemudian oleh pihak minimarket Nur Aqilah akan disediakan agar konsumen tidak kecewa lagi. Kemudian di Minimarket Nur aqilah memberikan pelayanan sampai jam 1 malam yang dimana minimarket lainnya hanya memberikan pelayanan sampai jam 10 malam.

Dalam keadaan tersebut mendorong pihak Minimarket Nur Aqilah untuk lebih bekerja secara profesional agar tetap dapat bersaing dan bertahan, setiap perusahaan harus mampu menarik konsumen dengan memberikan pelayanan dan penetapan harga yang tepat sesuai dengan kebutuhan yang dapat mendorong pertumbuhan minat beli konsumen. Minat beli tercipta karena konsumen merasa harga dan kualitas pelayanan yang di berikan sesai apa yang mereka harapkan sehingga konsumen akan berniat membeli produk di waktu selanjutnya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan?

3. Apakah Harga Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti⁵. Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian agar seorang peneliti memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Asumsi dalam penelitian ini adalah beberapa penelitian mengasumsikan bahwa *minat beli* dipengaruhi oleh *harga*⁶, dan *kualitas pelayanan*⁷ sedang variabel lain yang tidak digunakan adalah *Persepsi nilai*, *kualitas produk* dan *pengetahuan* dimana nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

⁵ Tim STAIN Pamekasan, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan 2012) hlm., 10

⁶ Yogi Pramana Wijaya, "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Indomaret Di Jabodetabek" (Skripsi: Manajemen Bisnis: Cikarang) Hlm., 5

⁷ Heri Setiawan, Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 20, No. 3 (September, 2016), hlm. 519.

Harga dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis:

1. Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai media untuk menerapkan teori-teori dalam perusahaan atau lembaga yang telah dipelajari di bangku perkuliahan sehingga dapat memahami ilmu yang telah dipelajari tersebut dengan lebih baik, menambah referensi dan wawasan tentang manajemen pemasaran terhadap minat beli masyarakat di suatu perusahaan atau lembaga

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang relevan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli masyarakat dan menambah wawasan bagi Mahasiswa khususnya Mahasiswa Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura.

2. Secara Praktis

a. Bagi Minimarket Nur Aqilah Pamekasan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran yang bermanfaat bagi Minimarket Nur Aqilah Pamekasan mengenai sistem

harga dan kualitas pelayanan sehingga dapat mengurangi terjadinya penurunan jumlah pelanggan dan meningkatkan minat beli.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Ruang lingkup penelitian yaitu keluasan cangkupan penelitian dapat dibatasi dengan pembatasan lokasi penelitian, membatasi banyaknya variabel yang akan dikaji dan membatasi subjek penelitian. Adapun yang menjadi variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Harga, Kualitas Pelayanan dan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Beli Konsumen. Adapun yang menjadi variabel (X) dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan dengan indikator sebagai berikut⁸ :

a. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong harga dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Harga sesuai kualitas produk.
- 2) Harga mampu bersaing dengan para pesaing.
- 3) Harga terjangkau oleh konsumen. ⁹

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman kualitas dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) *Reliability* (Keandalan)
- 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

⁸Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisa Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 57

⁹ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), 180-182

- 3) *Assurance* (Jaminan)
- 4) *Emphaty* (Empati)
- 5) *Tangibles* (Bukti Fisik)¹⁰

c. Minat beli konsumen.

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat *transaksional*. (tindakan pembelian).
- 2) Minat *prefensial*. (menjadikan yang utama).
- 3) Minat *referensial* (merekomendasi ke orang lain).
- 4) Minat *eksploratif* (mencari informasi).¹¹

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini yaitu di Jln. Kemayoran kabupaten Pamekasan.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal.¹² Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H₁ : Harga berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

¹⁰ Veithzal Rivai Zainal Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara,2017),180-186

¹¹ Dadang Munandar, *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Graha Ilmu,2016),77

¹² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), hlm. 66-67

H₂: Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

H₃: Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen di Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

I. Definisi Istilah

Dalam Batasan Istilah ada beberapa yang perlu di perhatikan dan di uraikan agar pembaca tidak salah paham dalam memahami batasan istilah tersebut. Ada Empat Batasan Istilah-Istilah yang perlu diperhatikan sebagai berikut :

1. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan/pengguna.

3. Minat Beli Konsumen

Minat Beli Konsumen merupakan kecenderungan sikap konsumen yang tertarik kemudian mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan sampai dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu.

J. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan beberapa penelitian terdahulu yaitu :

1. Wahyuni Andrefa (2018) dengan judul analisis strategi penetapan harga jual dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen menurut perspektif Ekonomi Islam (studi kue dan roti Minimarket Surya Tirtayasa Bandar Lampung) dengan menggunakan metode analisa kualitatif, bersifat deskriptif kualitatif dengan hasil bahwa minimarket surya menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan yang meningkatkan minat beli konsumen setiap tahunnya, dan kualitas produk memiliki kualitas yang baik dari penilaian konsumen.¹³
2. Deery Anzar Susanti (2016) dengan judul penelitian analisis pengaruh harga, promosi, pelayanan, dan kualitas produk online terhadap kepuasan kosumen online secara syariah dengan pengujian menggunakan analisis regresi linier, dengan hasil bahwa baik secara parsial maupun simultan harga, promosi, pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁴
3. Parasian Manurung (2017) dengan judul pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian ulang di Alfamart dan Indomaret (studi di Alfamart dan Indomaret di jalan Ratu Balau Tanjung Senang) dengan menggunakan metode analisis regresi

¹³ Wahyuni Andrefa, "Analisis strategi penetapan harga jual dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen menurut perspektif Ekonomi Islam (studi kue dan roti Minimarket Surya Tirtayasa Bandar Lampung)" (Skripsi: UIN Raden Intan, Lampung 2018), hlm., 1

¹⁴ Deery Anzar Susanti, "analisis pengaruh harga, promosi, pelayanan, dan kualitas produk online terhadap kepuasan kosumen online secara syariah", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan 2016) hlm., 1

berganda, dengan hasil bahwa semua variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian.¹⁵

Dari beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada variabel penelitian yang dipilih oleh peneliti dengan menggunakan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen. Metode analisis data dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan pada sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu data primer dan sekunder yang diperoleh dari lapangan penelitian dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner serta dokumentasi.

¹⁵ Parasian Manurung, “pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian ulang di Alfamart dan Indomaret (studi di Alfamart dan Indomaret di jalan Ratu Balau Tanjung Senang)”, (Skripsi: Universitas Lampung, Lampung 2017) hlm., 1