

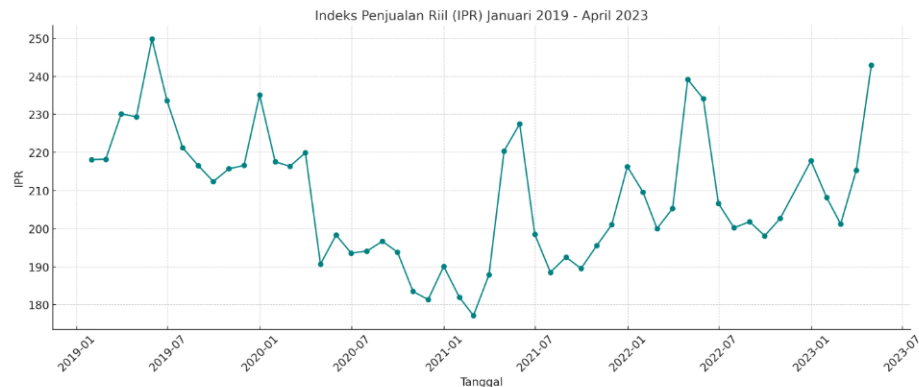
BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar ekonomi modern berevolusi sangat cepat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dan perubahan pola konsumsi. Perkembangan usaha ini memicu kondisi persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat, yang kemudian menuntut setiap bisnis untuk memiliki landasan yang kuat dalam bertahan. Landasan tersebut dikemas dalam bentuk sebuah strategi untuk menghadapi dinamika persaingan yang ada.

Menurut Wiguna dan Al Ardi (2023), strategi adalah penyusunan rencana yang pada dasarnya disusun untuk membentuk 'respons' terhadap perubahan eksternal yang relevan bagi suatu organisasi. Pada persaingan dunia bisnis, strategi ini diwujudkan atau diterapkan melalui strategi pemasaran yang terarah. Menurut Ambarkahi, R.P.Y., (2022), strategi pemasaran adalah serangkaian logika pemasaran di mana sebuah usaha tertentu mengharapkan untuk mendapatkan nilai lebih dan keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Melalui penerapan logika pemasaran yang tepat, perusahaan dapat lebih jeli dalam memetakan potensi pasar serta memberikan nilai tambah yang membedakannya dari pesaing. Kondisi inilah yang pada akhirnya memacu munculnya perkembangan beberapa sektor bisnis, salah satunya adalah sektor perdagangan.

Perdagangan adalah sebagian dari ranah ekonomi yang berevolusi sangat cepat dan memainkan peran penting dalam proses pengiriman produk dari produsen ke konsumen. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kemudahan dan ketersediaan produk, sektor perdagangan kemudian berkembang menjadi bentuk yang lebih spesifik, salah satunya adalah perdagangan ritel. Perdagangan ritel dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran barang yang dilakukan secara langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui pihak perantara dalam jumlah kecil atau satuan sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. Perkembangan perdagangan ritel di Indonesia dapat dilihat melalui data Indeks Penjualan Ritel (IPR).



Gambar 1. 1 Indeks Penjualan Ritel Indonesia Januari 2019 – April 2023

Sumber : Databooks (2023)

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa Indeks Penjualan Ritel (IPR), sebagai indikator yang mencerminkan tingkat aktivitas penjualan ritel, mengalami fluktuasi selama periode Januari 2019 hingga April 2023. IPR sempat mencapai nilai tertinggi pada Mei 2019, yang menunjukkan aktivitas penjualan ritel relatif kuat pada periode tersebut. Selanjutnya, pada periode Maret 2020 hingga Maret 2021, nilai IPR mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu sekitar 40% seiring dengan penurunan intensitas gerakan ekonomi akibat wabah COVID-19. Memasuki April 2021, nilai IPR mulai menunjukkan peningkatan yang mencerminkan adanya pemulihan aktivitas penjualan ritel dan daya beli masyarakat. Tren peningkatan ini terus berlanjut hingga tahun 2023, yang mengindikasikan bahwa sektor ritel secara bertahap kembali stabil dan menunjukkan perkembangan pascapandemi.

Perkembangan yang stabil setelah masa pandemi tersebut, turut mendorong munculnya berbagai bentuk ritel modern, antara lain swalayan (*supermarket*), *minimarket*, pengecer potongan harga (*off-price retailer*), gerai pabrik (*factory store*), toko kenyamanan (*convenience store*), toko diskon (*discount store*), toko barang khusus (*specialty store*), toko serba ada (*departement store*). Kategori - kategori yang berbeda ini mewakili keragaman model bisnis ritel yang dirancang untuk memenuhi permintaan konsumen dan pendekatan pemasaran (Hafidah, 2022).

Diantara berbagai bentuk ritel modern tersebut, swalayan telah berkembang menjadi satu diantara opsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena menyediakan beragam produk dalam satu tempat, sistem pelayanan mandiri, serta harga yang relatif terjangkau (Nurfitri dkk., 2022) Kabupaten Probolinggo termasuk daerah yang menunjukkan perkembangan swalayan yang cukup signifikan. Berikut adalah beberapa Swalayan yang berada di Kabupaten Probolinggo :

Tabel 1. 1 Swalayan di Kabupaten Probolinggo dan Fasilitasnya

No.	Fasilitas	Diva Swalayan	Graha Mulia (GM)	Karunia Damai Sejahtera	Sinar Terang Supermarket
1.	<i>Grocery Store</i>	✓	✓	✓	✓
2.	<i>Fashion Area</i>	✓	✓	✓	
3.	<i>Cosmetic Area</i>	✓	✓	✓	
4.	<i>Electronic Area</i>	✓			
5.	<i>Showroom Area</i>	✓	✓	✓	
6.	Restoran	✓			
7.	<i>Caffe</i>	✓			
8.	<i>Food Court</i>	✓	✓	✓	✓
9.	<i>Playground Area</i>	✓	✓	✓	✓
10.	Musholla	✓		✓	
11.	Toilet	✓	✓	✓	✓
12.	ATM	✓	✓	✓	
13.	<i>Parking Area</i>	✓	✓	✓	✓

Sumber : Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.1 tersebut, Diva Swalayan merupakan swalayan di kabupaten Probolinggo yang memiliki fasilitas paling lengkap dibandingkan dengan swalayan yang lain. Menurut (Lesmana dkk., 2022). fasilitas mencakup penciptaan ruang fisik dan infrastruktur yang dirancang untuk memfasilitasi berbagai aktivitas bagi tamu, memastikan bahwa kebutuhan mereka terpenuhi dengan efektif.

Tjiptono (2019) mendefinisikan kualitas layanan yaitu mutu keunggulan yang diharapkan pelanggan dari layanan yang diberikan. Selain itu,

meneliti sejauh mana sebuah perusahaan mampu mempertahankan dan mengelola mutu keunggulan ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Saat layanan melampaui ekspektasi, pelanggan akan menilai kualitas tersebut sebagai kualitas yang ideal (Yamin dkk., 2023). Layanan yang baik tidak hanya memastikan bahwa pelanggan puas, tetapi juga membina relasi dan dedikasi permanen antara perusahaan dan pelanggan, yang berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan. Temuan ini sejalan dengan kajian terdahulu oleh Khasanah (2024), yang menemukan bahwa kualitas layanan dan fasilitas secara keseluruhan memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli sesuatu. Hasilnya menunjukkan ketersediaan fasilitas yang memadai, disertai dengan penerapan kualitas pelayanan yang konsisten dapat memberikan pengaruh positif yang terlihat jelas dalam peningkatan kenyamanan dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan keputusan pembelian.

Didasarkan pada fenomena ini, peneliti ingin menyelidiki pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Diva Swalayan Kraksaan, Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut, berdasarkan informasi yang sudah disajikan dalam bagian latar belakang :

1. Apakah variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo?
3. Apakah variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut, berdasarkan informasi yang sudah dijadikan dalam bagian rumusan masalah :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Diva Swalayan Kraksaan di Kabupaten Probolinggo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan penelitian yang bermanfaat dan berdampak positif bagi Diva Swalayan Kraksaan dengan cara mengevaluasi sumber daya seperti kualitas fasilitas dan layanan yang direkomendasikan kepada pelanggan. Dengan menganalisis bagaimana kedua aspek ini memengaruhi keputusan pembelian, manajemen bisa membuat rencana yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain itu, temuan studi ini berpotensi menjadi tumpuan sebagai proses pengambilan keputusan untuk mempertahankan pelanggan existing dan menarik pelanggan baru.

1.4.2 Bagi Akademisi

Bagi golongan akademisi, penelitian ini mampu berfungsi sebagai kepustakaan tambahan untuk bidang pemasaran, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan strategi pengelolaan layanan di sektor ritel. Temuan penelitian ini berpotensi menjadi dasar dalam bahan kajian atau pedoman dalam penyusunan tugas akhir, skripsi, maupun penelitian lain yang

relevan, sehingga dapat memperluas wawasan keilmuan di bidang manajemen pemasaran.

1.4.3 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan bahwa penelitian ini akan berfungsi sebagai dasar untuk studi lanjutan yang mempelajari masalah secara relevan. Selain itu, diharapkan juga adanya pengembangan penelitian dengan cara menambahkan variabel tambahan, memperluas cakupan penelitian, atau menggunakan berbagai metode penelitian. Tujuannya adalah untuk mencapai temuan yang lebih komprehensif dan beragam yang sejalan serta selaras dengan permintaan pasar.