

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari tentang bagaimana manusia mengalokasikan dan mengelola sumber daya guna mencapai kesejahteraan yang berlandaskan Syari'at Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Abdul Mannan dalam bukunya mengatakan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>1</sup>

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari, Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu. Pertumbuhan penduduk yang begitu pesat mendorong laju pertumbuhan ekonomi yang begitu pesat pula. Kebutuhan akan ekonomi dari masyarakat seiring sejalan dengan perkembangan masyarakat itu sendiri. Kebutuhan akan pasar yang merupakan akses untuk memenuhi kebutuhan hidup di mana transaksi kebutuhan antar pedagang dan konsumen berkembang dengan pesatnya, hal ini jika ditinjau di berbagai daerah munculah bentuk-bentuk pasar kecil.

Kesamben adalah salah satu nama kecamatan di kota Blitar. Luas wilayah Kesamben adalah 59,66 km<sup>2</sup>, Kesamben merupakan salah satu kecamatan yang

---

<sup>1</sup> Abdul Mannan, *Teori & Praktek Ekonomi Islam*,(Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), hlm. 7.

ada di sebelah Timur Kabupaten Blitar. Profesi masyarakat Kesamben bervariasi antara lain sebagian guru, pegawai instansi pemerintah, petani, tetapi banyak juga yang berprofesi sebagai pedagang karena Kesamben merupakan jalur lalu lintas utama yang menghubungkan antara Blitar dengan Malang. Pagergunung adalah salah satu desa yang terletak di kecamatan Kesamben bagian Timur. Usaha Grosir Toko Plastik Gondik initerletak di desa Pagergunung yang sudah berdiri kurang lebih 15 tahun. Lokasi yang strategis sangat menguntungkan masyarakat tersebut untuk melakukan berbagai aktivitas perekonomian. Ini tentunya akan berdampak terhadap Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi dengan keberlangsungan para pedagang dan pembeli di Toko Plastik Gondik tersebut.

Berdasarkan data Sensus Tahun 2014, jumlah penduduk yang ada di wilayah Kecamatan Kesamben berjumlah dengan jumlah penduduk 48.444. jiwa. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan bagi usaha ritel modern untuk memasuki pangsa pasar ritel modern. Saat ini banyak dijumpai toko plastik di sepanjang jalan akan tetapi jarang di jumpai grosir toko plastik yang menjamur di beberapa tempat strategis di Kesamben. Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia mengalami perubahan yang sangat pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut setiap perusahaan untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan

responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>2</sup>

Minat beli yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi produk timbul setelah konsumen mencoba produk tersebut. Rasa suka terhadap produk dapat diambil bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka pilih berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Tingginya minat membeli ini akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar.

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan, produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.<sup>3</sup> Keputusan membeli atau mengkonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali oleh banyak langkah untuk mencapai kepuasan tertentu. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka konsumen akan melakukan pembelian. Setelah mengkonsumsi suatu produk dan jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya.<sup>4</sup> Kepuasan sesudah pembelian produk konsumen mendasarkan harapannya kepada informasi yang mereka terima tentang produk, jika kenyataan

---

<sup>2</sup> Umar Husein, Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka, 2004), hlm.45.

<sup>3</sup> Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 5.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 15.

uang mereka dapat ternyata berbeda dengan yang diharapkan maka mereka tidak puas. Bila produk tersebut memenuhi harapan, mereka akan merasa puas.<sup>5</sup>

Jadi minat beli adalah keinginan konsumen mengenai apa yang ingin dibeli, Untuk dapat tumbuh dan berkembang sebuah perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar mampu menimbulkan minat beli konsumen sehingga pada akhirnya dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan atau suatu jenis usaha kecil berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen.

Perusahaan juga harus mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Dengan tujuan agar perusahaan selalu dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen, berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah masalah mengenai harga. Harga merupakan faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli suatu produk. Pernyataan ini diperkuat dengan adanya observasi penulis terhadap beberapa konsumen di toko plastik Gondik yang berada di daerah Kesamben dengan penyebaran kuisisioner. Sebelum melakukan pembelian adapun faktor yang

---

<sup>5</sup>Bilson Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT Gramdeia Pustaka Utama, 2008), 19.

dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam permintaan barang salah satu diantaranya adalah harga. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga Menurut Basu Swasta merupakan “jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.<sup>6</sup>

Karena sifat harga yang fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Pengusaha perlu memperhatikan hal ini, sebab dalam kompetisi persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena demikian penentuan harga produk atau jasa, lebih baik perusahaan kecil maupun besar harus memerhatikan konsumen dan pesaingnya. Para konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau, tetapi belum tentu harga yang rendah akan mendapatkan kualitas kurang baik. Maka, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Jika perusahaan memproduksi produk yang berkualitas tinggi, pasti akan memberikan keuntungan di bandingkan perusahaan memproduksi produk dengan kualitas yang rendah. Selain itu Kualitas pelayanan dan promosi juga sangat mempengaruhi minat beli, pelanggan akan berminat dan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.<sup>7</sup>

Kebutuhan manusia terhadap plastik sangat tinggi, mengingat plastik sering digunakan untuk berbagai keperluan, seperti membungkus makanan. Bukan hanya

---

<sup>6</sup>Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta : Liberty,2002), hal.147

<sup>7</sup>Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002), hal. 37.

kantong plastik kemasan (kresek) namun berbagai jenis barang jadi yang berasal dari plastik. Bayangkan saja berapa kantong plastik yang dikeluarkan oleh satu buah minimarket dalam satu hari, bisa ratusan bahkan ribuan jumlahnya, dan ini adalah sebuah peluang usaha yang bisa dicoba. Toko plastik umumnya menyediakan berbagai macam jenis kantong plastik mulai dari yang kecil, tanggung, hingga yang besar dari yang transparan, hitam, biru, merah, dan warna lain dengan berbagai kualitas. Itu baru dari kantong plastik, lalu masih ada produk lain semisal plastik untuk industri, plastik untuk cover, dan lain sebagainya yang tentu saja sangat dibutuhkan oleh kita. Plastik merupakan benda yang diperlukan sekali oleh seluruh manusia di jaman modern saat ini. Hal ini lah yang membuat usaha toko grosir plastik gondik Kesamben sangat menguntungkan dan memiliki prospek cerah.

Modal untuk membuka toko plastik memang lumayan tinggi, harga plastik yang cukup mahal menjadi masalah bagi sebagian orang, namun sebenarnya ada tips khusus untuk mengatasi masalah modal ini. Mungkin dana sekitar 10-20 juta cukup untuk membuat satu buah toko plastik dengan barang yang cukup lengkap. Kalau bicara keuntungan dari toko plastik ini saya cukup tergiur, dari pengalaman ngobrol dengan salah satu sales plastik yang sering drop ke toko plastik gondik tersebut, perbedaan harga bisa mencapai 20-40% dari harga pabrik. Sedangkan penjualan dalam satu hari terbilang banyak karena kebutuhan plastik saat ini cukup banyak.

Sebenarnya toko plastik yang sudah cukup sukses biasanya tidak langsung membayar kiriman dari pabrik, mereka hanya menjualkan dulu dan membayar

ketika ada kiriman berikutnya, ini adalah salah satu rahasia kenapa toko plastikgondik ini bisa cepat besar karena mereka mendapatkan barang tanpa harus membayar terlebih dahulu. Pelanggan yang mereka utamakan adalah pelanggan yang membutuhkan plastik dalam jumlah besar, misalnya untuk industri atau toko, biasanya mereka akan memberikan potongan harga, namun mereka sudah mendapatkan pelanggan tetap.

**Tabel 1.1**  
**Tabel Macam-Macam Produk di**  
**Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar<sup>8</sup>**

<b>Jenis Produk</b>	<b>Merk</b>	<b>Harga Grosir 1 set</b>
Plastik	Pluit	Rp 2.250
Kresek	Panca Budi	Rp 2.250
Plastik Kresek Jus G1	Pandu	Rp 60.000
Kotak snack ukur 12x4	Bangkuang	Rp 850
Kertas Nasi Gajah Merah	Gajah	Rp 23.000
Kertas Nasi Gajah Biru	Gajah	Rp 23.000
Gelas Plastik Uk 120z	Gajah	Rp 9.000

Sumber data: dari hasil pengolahan data

Dari tabel 1.1 merupakan beberapa sampel produk dan harga grosir 1 set di toko Gondik tersebut. Sedangkan di toko Gondik juga menyediakan harga plastik kiloan dan plastik ecer atau per *pack* maupun plastik satuan. Selain itu juga menyediakan dus polos, kertas nasi, dan lain-lain. Konsumentoko Plastik Gondik

pun beragam mulai untuk kemasan, *packing* maupun untuk berbisnis plastik. Kini Dinamika Distributor Plastik ini membuka peluang dan kesempatan untuk mendapatkan harga terbaik untuk penawaran bisnis maupun pembelian Grosir, Kiloan (KG) satuan, retail atau ecer serta paket.

Didukung pengalaman dan SDM yang terpercaya yang dapat memberikan pelayanan servis optimal serta memberikan harga terbaik di Blitar dan sekitarnya. Plastik kemasan atau plastik *packing* adalah kebutuhan yang sangat amat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari dan media penunjang dalam melakukan bisnis khususnya penjualan ecer maupun penjualan grosir baik dari perusahaan Usaha Kecil Menengah maupun perusahaan besar. *Packing* atau kemasan yang baik menunjukkan keseriusan dan membawa nama brand atau nama baik bisnis.

Selain harga, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan. Ketika apa yang diinginkan konsumen tidak sesuai maka konsumen tidak akan lagi mengkonsumsi barang tersebut. Pelayanan merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam berbisnis. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.<sup>9</sup> Menurut

---

<sup>9</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama: 2012), hlm.83



irawan, pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan promosi dapat dilakukan dengan penerapan periklanan yang menarik, brosur, spanduk penjualan pribadi, promosi secara online, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Biasanya promosi yang dilakukan di Toko Gondik berawal promosi ke toko-toko yang dibutuhkan dan menunjukkan sample kresek, plastik, kertas bungkus, kotak kue, mika juga menggunakan strategi penjualan seperti memberikan diskon atau potongan harga dengan syarat mencapai jumlah tertentu. Pemberian kupon rabat dan bonus lainnya. Selain itu pengusaha ini mencari peluang dengan cara memasok ke industri makanan dan minuman, dan hingga saat ini berjualan secara online. Menurut Laksana, faktor promosi juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian. Promosi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dengan informasi yang tepat serta bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli, sampai mengenal dan menjadi pembeli serta mampu mengingat produk tersebut.<sup>10</sup>

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang pada produk tersebut. Hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena konsumen dapat

---

<sup>10</sup>Budi Istiyanto, C.Hendratmoko dan Hestin Mutmainah, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil di Surakarta*.(diakses 02 Oktober 2018)

melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Akan tetapi berapapun kualitas suatu produk, bila konsumen tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Disinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah, karena diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan. Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan, dan atau jual beli dan di dalamnya masuk juga bisnis.<sup>11</sup> Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (275)

Artinya :

“... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

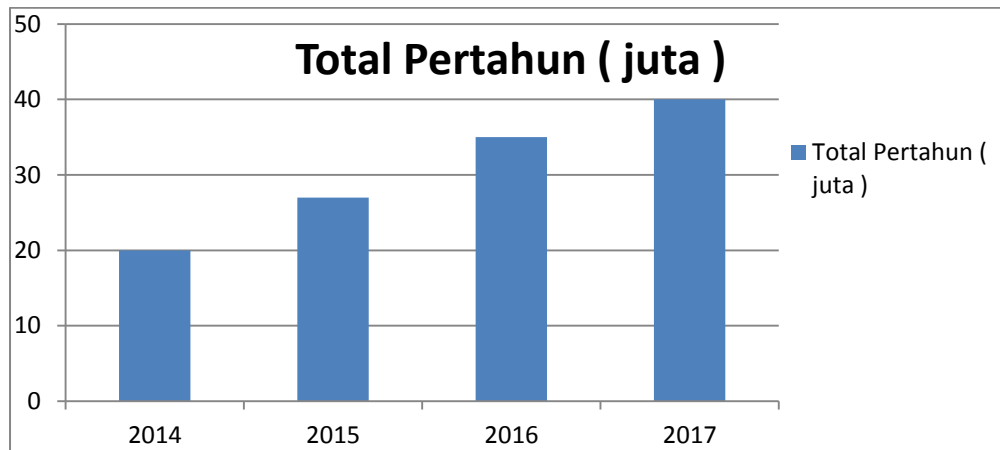
Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa,<sup>12</sup> dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli. Tetapi, Allah mengharamkan riba. Karena, dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.<sup>13</sup>

<sup>11</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: IAIN Press, 2009), hal. 107

<sup>12</sup>Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 141.

<sup>13</sup>Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 128

**Grafik 1.1**  
**Tingkat Konsumsi Masyarakat Blitar**  
**Tahun 2014-2017**



Sumber data: dari hasil pengolahan data

Dari grafik 1.1 tersebut, menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat Blitar dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Tidak dipungkiri bahwa persaingan bisnis berupa toko plastik diminati. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha, hingga saat ini menjadi grosir toko Plastik yang berdiri di Kesamben, tak terkecuali di Kota Blitar.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti memilih dan tertarik untuk mengangkat masalah mengenai **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas

pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di toko Plastik Gondik Kesamben. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Adanya persaingan bisnis sejenis produk plastik yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi harga yang dilakukan oleh perusahaan plastik untuk mendapatkan konsumen.
3. Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan plastik untuk mendapatkan konsumen.
4. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan plastik untuk mendapatkan konsumen.
5. Besarnya pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di toko Plastik Gondik Kesamben

### **C. Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, perlu diterangkan dalam suatu fokus masalah yang jelas untuk memberikan arah terhadap pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Toko Plastik Gondik Kesamben?

3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Gondik Plastik Kesamben?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben

#### **E. Batasan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada diatas, maka diperlukan adanya pembatasan masalah untuk menghindari berbagai kesalahan persepsi yang muncul berkaitan dengan penelitian ini. Agar pembahasan menjadi spesifik dan lebih fokus sehingga kesimpulan akan terarah pada aspek yang diteliti. Penelitian

ini akan dibatasi lebih spesifik lagi mengenai Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis.

##### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang kepuasan konsumen.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pihak Grosir Toko Plastik Gondik diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaandidalam mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan promosi terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

#### **G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

1. Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu:

- 1) Tiga variabel bebas,  $X_1$  = harga,  $X_2$  = kualitas pelayanan ,  $X_3$  = promosi
  - 2) Satu variabel terikat,  $Y$  = minat beli konsumen
2. Keterbatasan penelitian diantaranya adalah:
    - a. Agar pembahasan skripsi ini jelas dan terarah apa yang hendak dicapai, maka peneliti perlu membatasi penelitian yaitu penelitian pada “Pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi terhadap minat beli konsumen di toko plastik Gondik Kesamben.”
    - b. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data diambil melalui wawancara dan juga dokumen-dokumen yang mendukung data penelitian di toko plastik Gondik Kesamben.

## **H. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen ” adalah sebagai berikut :

- a. Harga ( $X_1$ )

Menurut Basu Swasta harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

- b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Menurut Ratminto dan Atik kualitas pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan

pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

c. Promosi (X3)

Menurut Basu Swasta dan Irawan promosi adalah metode untuk memikat agar calon pembeli mau melakukan transaksi dengan penjual sehingga tujuan dari perusahaan untuk mendapatkan laba dapat tercapai.

d. Minat Beli Konsumen (Y)

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah: Variabel terikat atau variabel dependen (variabel Y) menurut Sugiyono merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>14</sup> Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat daya beli konsumen di beta swalayan.

Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar. Minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemerakarsa) merekomendasikan, memilih dan akhirnya konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

---

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 61.



### **I. Definisi Operasional**

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli di Toko Plastik Gondik Kesamben. Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari tiga variabel independendan satu variabel dependen. Yang mana  $X_1$  adalah harga,  $X_2$  adalah kualitas pelayanan,  $X_3$  adalah kualitas produk dan Y adalah kepuasan konsumen.

### **J. Sistematika Penulisan**

Adapun sisematika penulisan ini ditulis dalam enam bab, yang terdiri dari:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama yaitu pendahuluan, terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan. Setelah menentukan fenomena yang akan diangkat, penulis akan beranjak ke bab kedua yaitu landasan teoritis untuk mengetahui definisi dan tinjauan secara teoritis terkait *central phenomenon* yang diteliti.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab kedua yaitu landasan teori, terdiri dari: potensi usaha, gaya kepemimpinan, industri kecil, perekonomian masyarakat dan penelitian terdahulu. Setelah mengetahui definisi dan tinjauan secara teoritis kemudian akan dilanjutkan ke bab ketiga untuk mengetahui metode yang digunakan dalam penelitian dan alasan menggunakan metode yang dipilih.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga yaitu metode penelitian, terdiri dari: sifat dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian. Setelah menentukan metode yang digunakan maka peneliti berhak terjun ke lapangan untuk meneliti fenomena yang dipilih sesuai dengan metode penelitian yang dipilih, dan selanjutnya akan dipaparkan hasil temuan data penelitian yang diperoleh pada saat penelitian di bab keempat.

### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab keempat yaitu hasil penelitian, terdiri dari: paparan data dan temuan penelitian. Setelah dijabarkan mengenai hasil temuan dan paparan data yang ditemukan pada saat penelitian, maka selanjutnya akan dianalisis data-data tersebut guna menjawab rumusan masalah yang peneliti angkat di bab kelima.

### BAB V PEMBAHASAN

Bab kelima yaitu pembahasan, berisi tentang bagaimana potensi usaha bisnis senapan angin dilakukan dalam membangun perekonomian masyarakat di Kecamatan Kesamben, bagaimana gaya kepemimpinan dalam usaha bisnis senapan angin guna membangun perekonomian masyarakat serta tinjauannya menurut perspektif Ekonomi Islam. Pada bab ini berisi tentang analisis melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang

ada. Kemudian setelah temuan dan data penelitian yang ditemukan di lapangan dianalisis di bab kelima, selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan dari penelitian yang peneliti lakukan di bab yang terakhir yaitu bab keenam.

## BAB VI PENUTUP

Bab keenam yaitu penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran dari penelitian fenomena atau permasalahan yang diangkat.