

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Konsumen yang berperan menjadi pihak yang menggunakan suatu produk dan juga jasa di dalam memutuskan untuk menjalankan keputusan pembelian banyak dipengaruhi dengan berbagai faktor, baik berupa faktor internal dan eksternal. Baik faktor internal maupun faktor eksternal tentulah punya pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Di era dunia bisnis yang semakin ketat, para pemilik usaha harus dapat sekreatif mungkin dalam memutuskan strategi yang tepat untuk dapat mempertahankan usahanya. Strategi yang diambil juga harus sesuai dengan batasan-batasan yang normal. Diantara strategi yang dapat diambil yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen dan menarik hati konsumen agar konsumen melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian satu diantara hal yang paling penting untuk dikaji, dikarenakan keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang penting pada suatu perusahaan di dalam memutuskan strategi pemasaran yang akan digunakan. Diantara hal yang paling penting untuk dilakukan yaitu dengan memahami kebutuhan dari konsumen, dan juga dapat dilakukan dengan mencairitahu apa yang sedang diinginkan oleh konsumen, serta memahami selera dari konsumen. Dengan memahami dan mempelajari secara mendalam mengenai konsumen, akan dapat berpengaruh bagi suatu perusahaan di dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

Cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat berhasil pada pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu dapat dilakukan dengan melakukan komunikasi yang efektif kepada para konsumen, menciptakan citra merek, serta melakukan inovasi-inovasi untuk dapat menarik hati konsumen . Keputusan pembelian menurut Buchari Alma ialah keputusan konsumen dipengaruhi oleh teknologi, ekonomi keuangan, budaya, tempat, politik, produk, harga, physical evidence, promosi, people dan process, hingga pada akhirnya dapat membentuk suatu pandangan atau persepsi dari pelanggan untuk bisa mengelola macam-macam informasi dan pengambilan kesimpulan melalui tanggapan yang ada pada suatu produk yang akan dibeli.<sup>1</sup> Di dalam suatu proses pengambilan keputusan pada setiap individu secara konsep yaitu sama, akan tetapi di dalam pengambilan

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 96.

keputusan ini akan dipengaruhi oleh pendapatan, karakter, gaya hidup dan umur.

Menurut Irne Silviani dan Prabudi Darus strategi untuk mempertahankan produk untuk tetap dicari pelanggan adalah dengan menerapkan strategi 4P, diantara strategi 4P yang paling utama yaitu produk dan juga tempat. Tempat termasuk hal utama dalam bisnis, memilih tempat dengan tepat membuat produk yang dijual dapat mengalami peningkatan penjualan. Diantara hal yang dapat dikaji dalam memilih tempat salah satunya yaitu dekat dengan jalan raya, kelengkapan fasilitas diantaranya yaitu meliputi transportasi, lingkungan sekitar perusahaan, pelayanan, dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Strategi penentuan lokasi adalah hal wajib yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu dengan memperhatikan kelengkapan fasilitas Islami. Sebagai umat islam menunaikan shalat lima waktu adalah suatu kewajiban. Oleh karena itu penyediaan fasilitas Islami ini juga merupakan faktor terpenting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Karena merupakan kebutuhan wajib yang harus terpenuhi bagi orang islam, dan tentu akan sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Sumayang menjelaskan bahwa fasilitas yaitu penyediaan atau pengadaan suatu perlengkapan atau sarana yang menyediakan suatu kemudahan kepada pelanggan untuk dapat mengerjakan segala kegiatannya untuk dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen.<sup>3</sup>

Mayoritas penduduk di Indonesia pada kenyataannya adalah seorang muslim, oleh karena itu suatu perusahaan atau tempat usaha harus menyadari pentingnya fasilitas musholla bagi pengunjung atau konsumen, dan mulai memperhatikan keberadaannya. Pelaksanaan shalat adalah hal wajib harus dikerjakan sebagai orang islam, maka fasilitas Islami ini tentu akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain menyediakan fasilitas Islami berupa musholla, suatu perusahaan juga harus tetap menjaga kebersihan dan kelengkapannya seperti mukenna, alat shalat, dan sarung. Agar pengunjung merasa nyaman dan puas, sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian juga banyak dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan, karena merupakan faktor terpenting yang dilakukan perusahaan agar konsumen tetap

---

<sup>2</sup>Irene Silviani dan Prabudi Darus, *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 49-50.

<sup>3</sup>Sumayang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013),124.

loyal dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Baik tidaknya pelayanan dalam suatu perusahaan kerap kali dijadikan patokan terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam bidang pemasaran.<sup>4</sup> Kualitas pelayanan adalah hal yang wajib dikerjakan pada setiap tempat usaha agar dapat menarik hati pelanggan serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Kualitas pelayanan yang efektif akan berjalan dengan baik jika para pegawai mempunyai kesadaran yang tinggi dalam melakukan pelayanan, agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam melakukan pembelian. Perusahaan juga harus dapat memberikan perhatian penuh pada *Service Quality*, sehingga tujuan pembelian dapat terpenuhi. Dalam hal ini sama dengan penjelasan dalam teori SERVQUAL dari Parasuraman yang menjelaskan model dalam melakukan pengukuran pada kualitas pelayanan yang meliputi: ketanggapan (*responsiveness*), bukti langsung (*tangible*), jaminan (*assurance*), kehandalan (*reliability*), dan empati (*emphaty*). Hingga jika mampu memberikan layanan yang efektif dan berkualitas maka pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian.<sup>5</sup>

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yakni reputasi. Reputasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan juga kepercayaan pelanggan. Menurut Selness di dalam dunia industri, merek kerap kali dihubungkan dengan reputasi perusahaan dibandingkan dengan jasa maupun produk. Jadi kualitas yang didapatkan dalam suatu produk ataupun jasa yaitu berkaitan dengan reputasi perusahaan yang berhubungan erat pada suatu merek produk atau jasanya.<sup>6</sup> Maka dengan reputasi perusahaan yang baik tentu dapat menjadi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Riset gap yang melatarbelakangi penelitian ini yakni perbedaan hasil penelitian antara penelitian satu dengan yang lainnya. Pada variabel kelengkapan fasilitas, hasil penelitian Eva Desembrianita, menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun dari hasil penelitian Ronny Okvianto Wisman dan Yulistia menjelaskan bahwa fasilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian

---

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 194.

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 10.

<sup>6</sup> Edy Suryawardana dan Tri Endang Yani, Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang, *Jurnal Dinamika Sosbud*, 17 No 2 (2015): 262.

konsumen. Pada variabel kualitas pelayanan, hasil penelitian Eva Desembrianita, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun hasil penelitian Febriano Clinton Polla Dkk, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Pada variabel reputasi, hasil penelitian Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati, menjelaskan bahwa reputasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian Randika Fandiyanto DKK, menjelaskan bahwa reputasi tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Diantara hal yang dijadikan kebutuhan pokok pelanggan masa ini yaitu bahan bakar, dikarenakan bahan bakar menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Apalagi di masa perkembangan teknologi pada masa seperti sekarang ini. Bahan bakar merupakan hal yang menjadi kebutuhan pokok yang sangat mendasar bagi kebutuhan manusia agar dapat mengerjakan semua kegiatannya. Bahan bakar dimanfaatkan agar dapat memenuhi kebutuhan umum manusia, misalnya untuk transportasi. Saat ini alat transportasi yang ada di Negara Indonesia telah mengalami kemajuan pesat dalam transportasi laut, udara, maupun darat. Transportasi darat di masa seperti saat ini menjadi kebutuhan yang terpenting, di Indonesia jumlah pembelian kendaraan bermotor selalu mengalami kenaikan yang sangat substansial.

SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) adalah perusahaan yang melakukan kerja sama dengan PT. Pertamina agar dapat mendistribusikan berbagai produk yang PT Pertamina hasilkan. Salah satu SPBU yang terdapat dikota Pati yaitu SPBU 4459103 yang ada di Kecamatan Wedarijaksa Pati. SPBU 4459103 merupakan satu dari dua SPBU yang terdapat di kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil observasi di SPBU 4459103 ini mempunyai jumlah pengunjung mencapai lebih dari sekitar 200 an pelanggan setiap harinya, baik kendaraan roda dua, roda empat maupun kendaraan lebih dari roda empat.<sup>7</sup>

SPBU 4459103 adalah SPBU PASTI PAS yang merupakan SPBU yang telah memiliki sertifikasi untuk dapat memberi SOP (Standar Operasional Prosedur) yang terbaik yang memenuhi kebutuhan konsumen. Namun pada kenyataannya SPBU 4459103 masih memiliki banyak keluhan konsumen seperti pada pelayanan yang diberikan masih kurang maksimal, pada masa New Normal seperti saat ini petugas SPBU 449103 masih ada yang tidak

---

<sup>7</sup> Muthiah, Wawancara Oleh Penulis, 24 Novemver , Wawancara 1, Transkrip.

mematuhi protokol kesehatan dengan tidak memakai masker, selain itu kuantitas juga menjadi salah satu yang dikeluhkan oleh para pelanggan ketika melaksanakan pembelian di SPBU 449103 ini. SPBU 449103 ini juga diduga pernah melakukan penyelewengan subsidi pertalit, karena dugaan petugas SBPU menerima uang keamanan, berita ini sampai masuk di kabar Radar Nusantara Pati. Selain itu fasilitas Islami yang disediakan di SPBU 4459103 ini juga masih minim, seperti tempat shalat, tempat wudhu yang sempit dan persediaan mukenna juga terbatas. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati)”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan yang sudah diuraikan pada latar belakang tersebut, jadi peneliti bisa merumuskan rumusan masalah yang terdapat dipenelitian ini meliputi:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kelengkapan fasilitas Islami terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara reputasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara Kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang sudah dijelaskan, jadi tujuan yang didapatkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kelengkapan fasilitas Islami terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara reputasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati.

4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen pada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Di dalam penelitian ini harapannya agar bisa memberi manfaat kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan, baik manfaatnya secara teoritis dan praktis yaitu meliputi:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberi sumbangsih pemikiran baik secara teoritik dan juga konseptual dalam hal mengembangkan ilmu pengetahuan didalam bidang manajemen pemasaran, yang fokusnya pada pengaruh kelengkapan fasilitas Islami, Kualitas pelayanan, dan reputasi terhadap keputusan pembelian pelanggan.
  - b. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini harapannya dapat memberikan dorongan akan adanya penelitian pada bidang yang sama di masa mendatang.
2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini mempunyai harapan agar dapat memberi kontribusi kepada SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya didalam penelitian ini harapannya agar dapat menjadi bahan acuan untuk pengelola SPBU yang bersangkutan, hingga pada akhirnya dapat dilakukan perbaikan dan pengembangan di dalam bidang pemasaran yang lebih efektif lagi.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan agar memperoleh garis besar dan gambaran pada setiap bagaian, yang nantinya akan didapatkan penelitian yang sistematis dan ilmiah. Sistematika penulisan yang akan disusun peneliti yakni meliputi:

1. Bagian Awal
 

Bagian awal mencakup: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar table, dan daftar gambar.
2. Bagian Isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain mempunyai keterkaitan dikarenakan merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab ini adalah sebagai berikut:

- BAB I** : Pendahuluan  
Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian skripsi.
- BAB II** : Landasan Teori  
Bab ini berisi tentang teori yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen, kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, reputasi, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis.
- BAB III** : Metode Penelitian  
Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sample, identifikasi variabel, definisi variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV** : Hasil Penelitian dan Pembahasan  
Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB V** : Penutup  
Bab ini berisi tentang kesimpulan, dan saran-saran.
3. Bagian akhir mencakup: daftar pustaka, lampiran, dan daftar riwayat hidup.