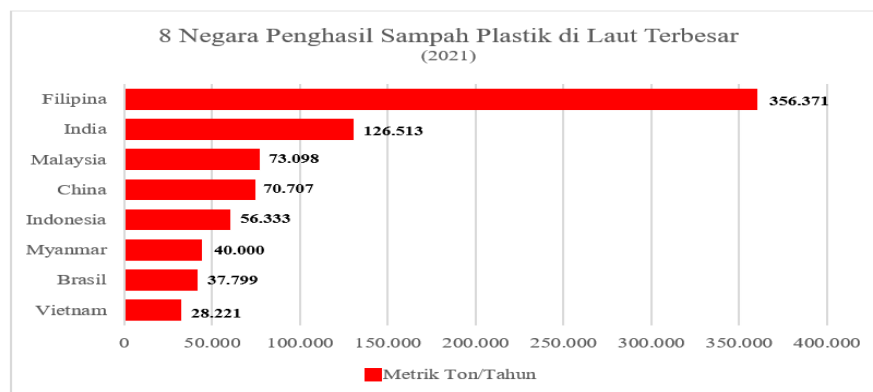


# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Sampah masih menjadi salah satu permasalahan lingkungan di dunia dan Indonesia termasuk dalam deretan beberapa negara dengan penyumbang sampah plastik terbanyak di dunia (Meijer et al., 2021). UU Nomor 18 Tahun 2008 menjelaskan bahwa sampah merupakan sisa benda padat atau semi padat dari zat organik atau anorganik yang dapat terurai atau sulit untuk dapat terurai dari hasil sisa kegiatan manusia maupun proses alam yang dibuang ke lingkungan (Dobiki, 2018). Sampah organik terdiri dari sampah yang dapat terurai secara alami, seperti sisa makanan, cabang pohon, dan dedaunan. Di sisi lain, sampah anorganik merupakan sampah yang membutuhkan waktu yang lama untuk terurai oleh bakteri, sebagai contoh adalah sampah kaleng, plastik, dan logam (Zuraidah et al., 2022). Setiap hari, jutaan ton sampah dihasilkan oleh manusia terutama dari kemasan-kemasan produk dalam pembelian belanja di supermarket. Berikut data negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia yang menunjukkan Indonesia menduduki peringkat kelima dengan jumlah sampah yang dihasilkan sebanyak 56.333 metrik ton/tahun.



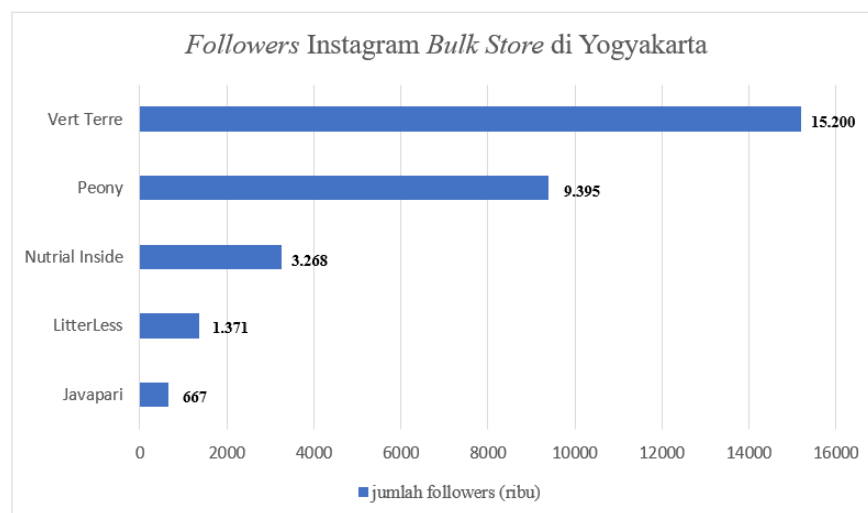
Gambar 1. 1 Negara Penghasil Sampah Plastik di Laut Terbesar  
Sumber : (Meijer et al., 2021)

Banyak negara dan komunitas telah mengembangkan berbagai cara untuk mengatasi masalah sampah, seperti mengurangi, mendaur ulang, dan mengelola sampah dengan lebih baik (Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, 2022). Upaya untuk mengatasi masalah sampah ini semestinya tidak hanya dilakukan oleh pemerintah dan perusahaan besar saja, melainkan setiap individu juga harus bisa berkontribusi dengan memilah dan membuang sampah dengan benar, mengurangi penggunaan bahan-bahan sekali pakai, dan menerapkan kebiasaan hidup yang lebih ramah lingkungan.

Mahasiswa, pekerja, anak muda hingga orang tua saat ini telah lebih peduli dengan lingkungan dan mengurangi sampah untuk menjaga lingkungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan berbelanja *zero waste* atau nol sampah. *Zero waste* atau nol sampah adalah konsep mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan dengan cara meminimalkan limbah dan mencari cara-cara kreatif untuk memanfaatkan kembali bahan-bahan yang ada sehingga tidak membuang apapun ke tempat pembuangan

akhir (Widiarti, 2012). Penerapan konsep *zero waste* dapat diawali dari diri sendiri dengan melakukan beberapa tindakan sederhana seperti membeli produk dengan kemasan yang ramah lingkungan, menggunakan botol serta tas belanja yang dapat dicuci dan dipakai berulang, dan juga mengurangi penggunaan produk-produk sekali pakai. Berbelanja dengan konsep *zero waste* dapat turut mengurangi banyaknya sampah yang saat ini sedang banyak bertumpukan di pinggir jalan Kota Yogyakarta.

Toko curah atau *bulk store* di Yogyakarta yang mengusung konsep berbelanja *zero waste* saat ini mulai banyak dan berkembang. Salah satunya adalah Vert Terre. Vert Terre menjadi *bulk store* dengan jumlah *followers* terbanyak dari beberapa *bulk store* yang ada di Yogyakarta. Hal tersebut didukung dengan adanya data *followers* Instagram *bulk store* di Yogyakarta.



Gambar 1. 2 Jumlah *Followers* Instagram *Bulk Store* di Yogyakarta  
Sumber : Instagram

*Bulk store* Vert Terre telah menerapkan sistem “*bring your own container*” kepada pelanggannya, di mana pelanggannya dihimbau untuk membawa sendiri kemasan untuk berbelanja curah di toko tersebut. Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi limbah kemasan sekali pakai seperti plastik yang sampahnya membutuhkan waktu yang lama untuk terurai. Konsep belanja curah yang diterapkan juga termasuk dalam menjaga lingkungan, karena dengan berbelanja curah pelanggan akan berbelanja secukupnya dan tidak membuang banyak sisa, baik bahan makanan atau barang yang tidak digunakan.

*Bulk store* yang semakin berkembang di Kota Yogyakarta karena banyaknya masyarakat yang mulai peduli dengan lingkungan dan berbelanja nol sampah, membuat persaingan yang kompetitif antar *bulk store*. Dalam persaingan yang kompetitif antar *bulk store* ini, suatu *bulk store* harus dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya baik dari sisi kualitas pelayanan maupun *store atmosphere* yang dapat dirasakan pelanggan agar tercipta pengalaman yang menarik dan indah, sehingga menjadi pelanggan tetap, tidak berniat untuk pindah ke *bulk store* lain, dan melakukan pembelian ulang pada *bulk store* yang sama.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini dilakukan dengan mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Soebandhi et al., (2020) dengan kafe sebagai objek yang ia teliti. Namun, dalam penelitian ini mengganti objek dengan memilih objek *bulk store* karena saat ini konsep hidup *zero*

*waste* dan berbelanja di *bulk store* sedang marak dilakukan oleh masyarakat terutama di Kota Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*?
2. Apakah persepsi *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*?
3. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*?
4. Apakah persepsi *store atmosphere* berpengaruh terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*?
6. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*?
7. Apakah persepsi *store atmosphere* berpengaruh terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan permasalahan penelitian di atas, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi *store atmosphere* terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang di *Bulk Store Vert Terre*.
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*.
7. Untuk menganalisis pengaruh persepsi *store atmosphere* terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di *Bulk Store Vert Terre*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi kalangan akademik, sehingga dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian lanjutan, khususnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang serupa.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi maupun referensi kepada *bulk store* di Yogyakarta mengenai persepsi kualitas pelayanan, persepsi *store atmosphere*, kepuasan pelanggan, dan niat pembelian ulang.