

ABSTRAK

**Analisis Minat Konsumen Muslim Dalam Memilih Tempat Belanja
(Studi Kasus Minimarket Indomaret, Alfamart, Dan Basmalah Kec. Torjun Kab.
Sampang)**

Minimarket merupakan pasar modern atau biasa disebut pasar swalayan yang biasanya memiliki satu atau dua kasir. Dengan adanya perubahan *trend*, perilaku belanja konsumen yang lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan, maka terjadilah motif pembelian dalam pemilihan tempat belanja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja di minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah (studi kasus Kec. Torjun, Kab. Sampang).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dimana sumber data primer yang digunakan adalah wawancara kepada masyarakat (konsumen), sedangkan sumber data sekunder adalah dokumentasi dan beberapa literatur lainnya yang membahas tentang minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja.

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa minat konsumen muslim dalam berbelanja di minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah didasari dari kebutuhan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman. Adapun minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja dipengaruhi oleh strategi penjualan eceran (*retailing mix*) diantaranya lokasi toko, kualitas pelayanan, harga, suasana toko, dan karyawan toko dan promosi. Konsumen yang mayoritas muslim dalam memilih tempat belanja lebih sering berbelanja di minimarket Indomaret dan Alfamart dibandingkan minimarket Basmalah dengan alasan harga, lokasi, dan kenyamanan minimarket, meskipun sudah ada salah satu minimarket yang sudah menerapkan sistem syariah yaitu Basmalah.

Kata kunci : Minat, Konsumen Muslim, Tempat Belanja

ABSTRACT

Analysis of Interest of Muslim Consumers in Selecting Shopping Spaces (Case Study of Indomaret Minimarket, Alfamart, and Basmalah, Torjun District, Sampang Regency)

Minimarket is a modern market or commonly called a supermarket which usually has one or two cashiers. With a change in trend, consumer shopping behavior that prioritizes practicality and convenience, then there is a buying motive in the selection of shopping places. This study aims to determine how the interests of Muslim consumers in choosing shopping places in Indomaret, Alfamart and Basmalah minimarkets (case study in Torjun district, Sampang regency).

This research is a type of qualitative research, where the primary data source used is interviews with the public (consumers), while secondary data sources are documentation and some other literature that discusses the interests of Muslim consumers in choosing where to shop.

Based on the results of the study it was found that the interest of Muslim consumers in shopping at Indomaret, Alfamart and Basmalah minimarkets is based on the needs of physiological needs, security needs. The interest of Muslim consumers in choosing where to shop is influenced by the retail sales strategy (retailing mix) including store locations, services quality, prices, store atmosphere, store employees and promotion. Consumers who are predominantly Muslim in choosing shopping places shop more frequently at Indomaret and Alfamart minimarkets than Basmalah minimarkets due to price, location, and convenience of minimarkets, even though there is already one minimarket that has implemented a sharia system, Basmalah.

Keywords: *Interests, Muslim Consumers, Shopping*

