

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar oleh rata-rata rakyat Indonesia. Kota Yogyakarta juga dikenal memiliki banyak perguruan tinggi baik PTN maupun PTS, sehingga banyak orang yang datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan studinya ke jenjang perguruan tinggi.

Dengan banyaknya para pelajar yang datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan studinya maka menimbulkan kemungkinan peluang usaha bagi para pengusaha yang ada di Yogyakarta. Diantaranya seperti usaha kost-kostan, fotocopy, wartel, warung makan, warung internet, rental komputer dan juga tempat kebugaran atau *fitness centre*. Sebagian besar pelajar di Yogyakarta menyenangi olahraga, salah satunya olahraga kebugaran. Banyak diantara pelajar dan mahasiswa yang menjadi anggota atau *member* tempat kebugaran.

Tempat atau pusat kebugaran merupakan salah satu jenis usaha jasa yang berkembang di Yogyakarta. Dalam mengembangkan tempat kebugaran biasanya menggunakan barang tahan lama atau *Durable Goods*. Barang tahan lama atau *Durable Goods* adalah barang-barang yang secara normal dapat dipakai berkali-kali dan untuk jangka waktu yang panjang. Dengan banyaknya tempat kebugaran yang berkembang di Yogyakarta menimbulkan persaingan

yang ketat antar usaha tempat kebugaran tersebut

Ketatnya persaingan antar perusahaan menuntut perusahaan untuk meraih pasar yang luas dengan memberikan keunggulan yang berbeda dengan perusahaan lain. Keunggulan itu antara lain dalam hal penentuan biaya sewa, pemberian fasilitas, serta pelayanan dan kualitas dari perusahaan. Selain menawarkan keunggulan tersebut perusahaan juga harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya lebih baik daripada pesaingnya. Untuk itu perusahaan harus mampu memahami sikap konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tertentu. Hal itu dilakukan untuk dapat mengembangkan, menentukan posisi, mempromosikan dan melayani konsumen dengan lebih baik. Untuk mendapatkan perpaduan dari keinginan konsumen diperlukan suatu informasi, dimana informasi ini berupa *perilaku konsumen*.

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000).

Perilaku konsumen banyak dipengaruhi oleh faktor lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal meliputi : motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian, konsep diri dan sikap. Sedangkan lingkungan eksternal meliputi : kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi dan keluarga.

Dari berbagai faktor tersebut *sikap konsumen* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian oleh seorang konsumen. Sikap membuat seseorang berada dalam suatu kerangka berfikir yang lebih baik atau tidak lebih baik, bergerak ke suatu objek atau justru menjauhi objek tersebut. Sikap seseorang ditentukan berdasarkan kepercayaan dan evaluasi tentang konsekuensi dari perilaku tersebut

Selain hal diatas pengaruh kelompok referensi juga berpengaruh besar dalam keputusan pembelian oleh seseorang konsumen. Pengaruh kelompok referensi mengacu pada tipe pengaruhnya (*type of influence*), yang dibagi menjadi tiga yaitu : pengaruh *informational*, pengaruh *value expressive* dan pengaruh *utilitarian*. Tempat kebugaran memiliki atribut yang cukup kompleks sehingga memerlukan bantuan orang lain untuk mengidentifikasi masing-masing atribut seperti biaya sewa penggunaan tempat kebugaran yang bervariasi, maka seorang konsumen membutuhkan pendapat dan informasi yang digunakan sebagai pertimbangan dalam memutuskan pembelian jasa tempat kebugaran.

Untuk itu diperlukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi mana yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian jasa tempat kebugaran dan bagaimana sikap konsumen terhadap sikap konsumen terhadap tempat kebugaran tersebut. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada jenis usaha jasa tempat kebugaran atau *fitnes centre* yang kiranya penelitian ini akan bermanfaat bagi perusahaan yang mengeluarkan produk dalam hal jasa dan bagi penulis sendiri khususnya. Maka dalam rangka penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi penulis melakukan penelitian dengan judul :

**“ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TEMPAT KEBUGARAN”.**

(Studi Pada D'MUSCLE Fitness Centre Yogyakarta)

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah untuk mempermudah analisis serta untuk mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menelaah masalah karena terbatasnya waktu, dana, dan kemampuan penulis, maka permasalahan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan terhadap konsumen yang menjadi anggota tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre* Yogyakarta.
2. Refrensi konsumen didekati melalui pendekatan individu
3. Sikap konsumen pada *D'MUSCLE Fitnes Centre* Yogyakarta dilihat dari aspek biaya, fasilitas, kualitas dan pelayanan.

C. Rumusan Masalah

Kunci untuk memperoleh, mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dalam jangka panjang adalah dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan mengidentifikasi pengaruh kelompok referensi dan sikap konsumen dalam pembelian suatu produk baik barang ataupun jasa. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, ruag lingkup permasalahan dibatasi pada :

1. Apakah ada perbedaan yang signifikan antar tipe kelompok referensi dalam pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*.
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap *D'MUSCLE Fitnes Centre* dilihat dari aspek-aspeknya.
3. Apakah perbedaan antar tipe kelompok referensi memiliki perbedaan sikap ?
4. Apakah kelompok referensi dan sikap konsumen mempengaruhi perilaku pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk :

1. Menganalisis apakah ada perbedaan tipe kelompok referensi terhadap pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*.
2. Menganalisis apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap *D'MUSCLE Fitnes Centre* dilihat dari aspek: biaya, fasilitas, kualitas dan pelayanan.
3. Menganalisis apakah ada perbedaan sikap didasarkan dari tipe kelompok referensi.
4. Menganalisis bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*.

E. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Penulis

Dengan mengadakan penelitian tersebut, dapat diperbandingkan antara teori-teori yang penulis terima selama kuliah dengan kenyataan yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi perusahaan dalam rangka usahanya untuk pengambilan keputusan strategi pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Menambah pengetahuan dan informasi tentang ilmu pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian yang akan datang