



BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Dengan perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha di Indonesia saat ini membuat semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis terutama persaingan antar perusahaan yang bergerak dan memproduksi tipe produk atau jasa yang sejenis. Ketatnya persaingan ini ditunjang pula adanya kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen dan banyaknya produk atau jasa baru yang bermunculan di pasar. Salah satu bisnis yang berkembang dengan baik di Indonesia adalah bisnis fitness dan kebugaran tubuh.

Suatu perusahaan tidaklah mungkin dapat memasarkan produk atau jasanya jika produk tersebut tidak diminati oleh konsumen. Untuk menghadapi hal tersebut, suatu perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya hendaknya mengadakan pemantauan tentang karakteristik yang mempengaruhi tingkah laku konsumen sehingga dapat mengikuti perkembangan kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini banyak sekali bermunculan klub-klub kebugaran di Surabaya yang menawarkan jenis-jenis kegiatan dan perlengkapannya, sehingga membuat konsumen bingung akan mendaftarkan pada club center mana yang dianggapnya tepat. Salah satunya club center yang diteliti sebagai obyek dalam penulisan ini adalah *Atlas Sport Club*.

Dalam mengambil keputusannya konsumen dipengaruhi oleh 3 hal, yakni pengaruh pribadi dimana terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi,

kemudian pengaruh perbedaan individu yaitu terdiri dari situasi dan kondisi, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi sedangkan yang terakhir adalah pengaruh proses psikologis yang terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap / perilaku. Dalam penelitian ini lebih menspesifikasikan pengaruh-pengaruh tersebut menjadi tiga pengaruh, yakni pengaruh kelompok acuan, kelas sosial dan gaya hidup terhadap pengambilan keputusan pada *Atlas Sport Club* Surabaya.

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pendirian pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung dalam membentuk sikap/tingkah laku seseorang. Termasuk kelompok acuan antara lain: serikat buruh, tim atletik, perkumpulan agama, lingkungan tetangga, dan sebagainya. Masing-masing kelompok biasanya mempunyai pelopor opini yang dapat mempengaruhi anggota-anggotanya dalam membeli sesuatu. Interaksi dilakukan secara individual (misalnya dengan bertatap muka), sehingga seseorang mudah terpengaruh oleh orang lain untuk membeli sesuatu. Kadang-kadang, nasehat orang lain tersebut lebih berpengaruh daripada iklan di majalah, surat kabar, televisi, atau media yang lain. Bagi *Atlas Sport Club* hal ini penting, karena pengambilan keputusan konsumen antara kelompok acuan yang satu akan berbeda dengan kelompok acuan yang lain. Kelompok acuan ini sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan di *Atlas Sport Club* dikarenakan para pelanggan *Atlas Sport Club* mengetahuinya berdasarkan dari brosur dan anggota perkumpulan *Atlas Sport Club* yang menyebarluaskan (dari mulut ke mulut).

Kelas sosial setiap konsumen dalam masyarakat sudah pasti berbeda-beda. Bahwa kelas sosial sangat mempengaruhi bagaimana seorang individu

melakukan pengambilan keputusan. Kriteria yang biasa digunakan untuk menggolong-golongkan masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu adalah kekayaan, kekuasaan, ilmu pengetahuan, dan kehormatan. Kelas-kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek dalam bidang-bidang tertentu seperti pakaian, perabotan rumah, kegiatan pada waktu luang, dan kendaraan. Bagi *Atlas Sport Club* hal ini penting, karena pengambilan keputusan konsumen antara kelas yang satu akan berbeda dengan kelas yang lain. Kelas sosial ini sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan di *Atlas Sport Club* dikarenakan para pelanggan *Atlas Sport Club* adalah para pelanggan dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Hal ini bisa dilihat dari menjadi anggota *Atlas Sport Club* yang membutuhkan biaya cukup besar serta berdasarkan brosur daftar harga yang beredar, *Atlas Sport Club* mempunyai harga yang cukup mahal dibandingkan dengan para pesaing.

Begitu juga untuk gaya hidup setiap konsumen dalam masyarakat sudah pasti berbeda-beda. Bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi bagaimana seorang individu melakukan pengambilan keputusan. Konsumen biasanya lebih mengutamakan mengikuti gaya hidup dimana konsumen berpijak dengan melakukan penyesuaian pada kemampuan diri. Belakangan ini gaya hidup konsumen lebih sering mengikuti perkembangan jaman yang pesat. Sehingga manajer pemasaran berusaha untuk mengetahui lebih dalam perkembangan gaya hidup konsumen yang terjadi dalam masyarakat yang nantinya diterapkan dalam strategi pemasaran perusahaan. Hal ini sangat berdampak pada perusahaan yang otomatis harus bisa menyesuaikan diri dengan kemauan konsumen dan

otomatis harus bisa menyesuaikan diri dengan kemauan konsumen dan perkembangan-perkembangan yang terjadi dalam masyarakat.

Adapun pengaruh kelompok acuan, kelas sosial dan gaya hidup dalam memilih *Atlas Sport Club* didasarkan pada survei pendahuluan yang dilakukan melalui kuesioner dengan beberapa konsumen (25 orang) sehingga dapat diketahui pendapat konsumen tentang kelompok acuan, kelas sosial, dan gaya hidup pada *Atlas Sport Club*. Konsumen yang memiliki kecenderungan menyatakan mengikuti *Atlas Sport Club* dikarenakan oleh kelompok acuan, kelas sosial dan gaya hidup sebanyak 16 orang (64%), sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang (36%). Untuk konsumen yang mengikuti *Atlas Sport Club* dikarenakan gaya hidup memiliki kontribusi terbesar yaitu sebanyak 7 orang (28%) dibandingkan dengan kelompok acuan sebanyak 5 orang (20%) dan kelas sosial sebanyak 4 orang (16%).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam karya tulis ilmiah ini akan dikupas lebih dalam tentang pengaruh kelompok acuan, kelas sosial, dan gaya hidup terhadap pengambilan keputusan pada *Atlas Sport Club Surabaya*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. “Apakah faktor kelompok acuan, kelas sosial dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club Surabaya*?”

2. “Apakah faktor kelompok acuan, kelas sosial dan gaya hidup secara parsial mempengaruhi pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club* Surabaya?”
3. “Dari variabel-variabel tersebut, manakah yang dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club* Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor kelas sosial, kelompok acuan dan gaya hidup secara simultan terhadap pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club* Surabaya.
2. Untuk mengetahui faktor kelas sosial, kelompok acuan dan gaya hidup secara parsial terhadap pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club* Surabaya
3. Untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi pengambilan keputusan berolahraga para anggota *Atlas Sport Club* Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Bagi penulis

Memperluas pengetahuan penulis serta guna penerapan ilmu pengetahuan yang dipelajari di perkuliahan tentang pengaruh kelas

sosial, kelompok acuan dan gaya hidup konsumen dalam praktek dunia bisnis.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Widya Mandala

Menambah perbendaharaan dan memberikan informasi sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak yang berkepentingan yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang serupa dimasa yang akan datang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat bagi *Atlas Sport Club* Surabaya untuk melakukan evaluasi terhadap pengaruh kelas sosial, kelompok acuan dan gaya hidup konsumen agar mampu meningkatkan jumlah keanggotaan *Atlas Sport Club*.

1.5 Sistematika Skripsi

Dengan sistematika skripsi dimaksud untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang isi skripsi ini. Bagian skripsi ini terdiri dari 5 bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam hal ini diuraikan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika skripsi.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang penulis ambil dari literatur maupun dari perkuliahan dan hipotesis.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan tehnik pengambilan sampel, tehnik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum perusahaan, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, berisikan simpulan yang dapat ditarik dari penulisan skripsi ini, serta saran-saran yang dapat diberikan sebagai hasil dari pemikiran dalam mempelajari bahan-bahan penyusunan skripsi ini.