I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang kaya dan tidak terbatas termasuk keinginan akan hiburan dan rekreasi membuat keberadaan akan tempat-tempat hiburan semakin banyak diminati oleh manusia untuk mengaktualisasikan diri seiring perkembangan zaman yang semakin pesat. Karena kebutuhan manusia yang semakin meningkat maka munculah berbagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia tempat-tempat hiburan yang mampu mendukung berbagai keinginan dan selera konsumen diantaranya *cafe*, diskotik, bioskop, arena permainan dan olahraga bilyar, *karaoke*, dan lain sebagainya.

Arena permainan dan olahraga bilyar adalah sebuah sarana bagi konsumen untuk sekedar menghabiskan waktu dengan bermain bilyar atau sebagai tempat latihan olahraga bilyar bagi konsumen yang ingin menekuni olahraga bilyar. Olahraga bilyar yang masih dianggap sebagai bentuk permainan yang berkonotasi negatif bagi masyarakat perlahan mulai menjadi salah satu bentuk olahraga sekaligus hiburan yang kian diminati terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Tantangan yang dihadapi rumah-rumah bilyar adalah menghilangkan sedikit demi sedikit *image* olahraga bilyar yang dianggap negatif dengan menyediakan tempat yang memang ditujukan untuk olahraga dan hiburan permainan bilyar bukan menjadi tempat yang digunakan untuk kegiatan yang justru mengesahkan keberadaannya sebagai tempat yang negatif karena dalam pelaksanaan pemasarannya masih terdapat rumah-rumah bilyar yang penyediaan minuman keras, hiburan tambahan seperti *sexy dancer* dan lain-lain. Tantangan lain adalah bagaimana memasyarakatkan olahraga bilyar yang ternyata juga dapat dijadikan sebagai olahraga yang menghasilkan prestasi jika ditekuni secara sungguh-sungguh, dengan kata lain adalah mencari dan mencetak bakat-bakat bilyar yang ada di Lampung pada umumnya dan lingkup kota Bandarlampung pada khususnya dengan mengadakan turnamen terbuka baik bagi pemula maupun *professional.*

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang usaha ini adalah rumah bilyar *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* sebagai salah satu penyedia arena permainan olahraga bilyar di Kota Bandarlampung yang mengkhususkan kegiatan usahanya selain untuk memperoleh laba juga sebagai rumah bagi para pebilyar Lampung untuk melakukan latihan dan turnamen. Sasaran yang dituju adalah mahasiswa dan umum dengan menyediakan fasilitas yang cukup lengkap dan memadai diperuntukkan bagi olahraga dan hiburan.

Glow Billiard And Lounge beralamat di Jalan Jendral Katamso No.55 Simpur *Center* lantai III Bandarlampung yang diresmikan oleh Walikota Bandarlampung Edi Sutrisno pada 15 Juli 2006 ini tidak hanya menawarkan permainan olahraga bilyar tetapi juga layanan *bar* yang menyediakan berbagai macam minuman dan makanan serta hiburan musik yang menampilkan

aksi *band-band* dan *DJ* (*Disc Jockey*) di atas panggung, sehingga bernuansa lebih kepada sisi hiburan *(entertainment)*.

Pelaksanaan kegiatan *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* dituntut agar mampu mengefektifkan dan mengaktifkan semua fungsi yang ada didalam perusahaan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Fungsi yang dimaksud antara lain pembelanjaan, personalia, produksi dan pemasaran. Dalam hal ini penulis lebih menekankan pada fungsi pemasaran. Pelaksanaan kegiatan pemasaran sangat diperlukan oleh perusahaan dalam memasarkan barang atau jasanya.

Menurut Philip Kotler dan Susanto (2000 : 11)

> Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Menurut Stanton (1997 : 7)

> Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran mencakup usaha pemasaran yang dimulai dengan mengidentifikasikan kebutuhan konsumen, menentukan produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan menyalurkan produk tersebut.

Berawal dari pengertian dasar pemasaran yaitu keaktifan yang ditujukan untuk memasarkan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (barang, jasa, dan ide). Pemahaman perilaku konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha pencapaian sukses program pemasaran jangka panjang.

Menurut Engel, Kollat Blackwell (dalam Japar, 1995:94)

> Perilaku konsumen adalah kegiatan individu-individu yang secara langsung terlibat dalam pendapat dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. (Basu swasta DH dan T Hani Handoko (1987 : 9)

Sedangkan menurut Louden dan Bitta yang dikutip Angiopora (1999 : 94)

> Perilaku konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik dalam upaya memperoleh dan menggunakan barang dan jasa (evaluasi, memperoleh, menggunakan atau menentukan barang dan jasa).

Dari definisi tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumen mempunyai dua unsur penting yaitu adanya proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua itu melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* seperti umumnya perusahaan penyedia sarana melakukan kegiatan pemasaran sebagai suatu sistem yang berkaitan untuk menganalisis, merencanakan, menetapkan program-program yang dirancang untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumen yang menjadi sasarannya.

Pangsa pasar yang diraih masing-masing rumah bilyar di Bandarlampung tahun 2007 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 : Pangsa Pasar Rumah-Rumah Bilyar di Bandarlampung Tahun 2007

No	Rumah Bilyar	Jumlah pengunjung	Pangsa pasar(%)

1	Moka *Billiard*	29.255	27,84
2	*Glow Billiard And Lounge*	26.962	25,66
3	*Tristar Billiard*	21.335	20,30
4	*BOP* (*Blue Ocean Pool*)	17.413	16,57
5	*Lecazza Billiard*	10.114	9,63

Sumber : *POBSI Lampung 2008*

Berdasarkan tabel ternyata pangsa pasar yang diperoleh *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* berada pada posisi kedua dengan selisih jumlah pengunjung yang tidak terlalu besar dengan para pesaing yang juga merupakan perusahaan penyedia jasa arena permainan olahraga bilyar di Kota Bandarlampung. Hal ini tentu membuat manajemen harus melakukan langkah-langkah yang lebih baik lagi untuk mempertahankan atau bahkan menambah jumlah pengunjung dengan melakukan pendekatan secara lebih jauh pada perilaku konsumen.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam penyedia dan pelayanan jasa *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* dihadapkan pada fluktuasi jumlah pengunjung yang terjadi setiap bulannya. Fluktuasi jumlah pengunjung *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* bulan januari - Desember 2007 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Pengunjung pada *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* Januari -Desember 2007

Bulan	Jumlah pengunjung (orang)	Prosentase perkembangan (%)
Januari	1482	-
Feruari	1746	17,81
Maret	1567	-10,25
April	1933	23,35
Mei	1971	1,96
Juni	2233	13,29
Juli	2697	20,78

Agustus	3309	22,69
September	1409	-57,42
Oktober	1550	10,01
November	3493	125,35
Desember	3572	3,26
Jumlah	26962	168,83
Rata-rata	2247	14,067

Sumber : *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center 2008*

Tabel 2. menunjukkan bahwa jumlah pengunjung dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember terus berfluktuasi. Tetapi jumlah ini dapat dikatakan pencapaian yang cukup baik bagi pihak perusahaan. Untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah pengunjung sebaiknya perusahaan menyelami perilaku konsumen yang dihadapi. Pendekatan ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk secara baik. Di lain sisi adanya pesaing juga sedikit banyak mampu mempengaruhi secara signifikan jumlah pengunjung yang datang. *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* juga tidak terlepas dari adanya para pesaing yang juga merupakan penyedia jasa arena permainan olahraga bilyar di Bandarlampung.

Menurut Nitisemito (1990:112) bahwa tejadinya fluktuasi dan penurunan tingkat penjualan disebabkan oleh faktor intern dan ekstern. Faktor intern yang mempengaruhi turunnya penjualan dan berada dalam kemampuan perusahaan untuk dapat dikendalikan, antara lain: kualitas produk yang menurun, pelayanan yang semakin buruk, sarana dan prasarana yang diberikan terbatas, penetapan harga yang lebih tinggi dan rendahnya promosi penjualan yang dilakukan, sedangkan faktor ekstern adalah faktor yang berada diluar perusahaan untuk dapat dikendalikan seperti peraturan pemerintah, lingkungan dan budaya.

Terdapat dua sudut pandang untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap produk perusahaan, yaitu melakukan pendekatan lingkungan intern dan lingkungan ekstern.

Faktor intern terdiri dari:

- Motivasi
- Belajar
- Konsep diri
- Persepsi
- Sikap

Faktor eksternal terdiri dari:

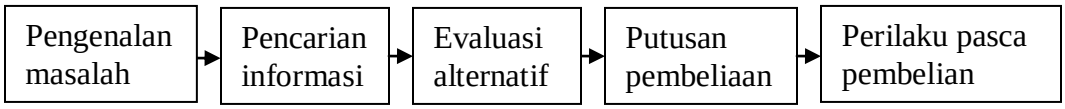
- Budaya
- Kelas sosial
- Kelompok referensi
- Keluarga

(Swastha dan Handoko,1997)

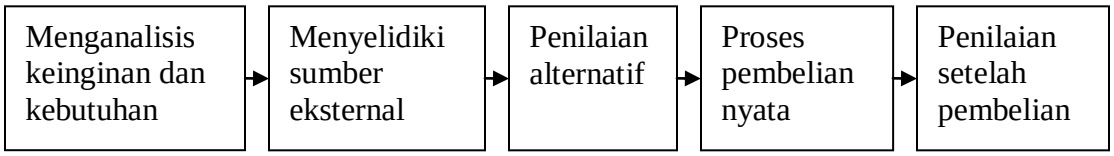
Kegiatan pembelian yang nyata merupakan salah satu dari keseluruhan proses mental dan kegiatan fisik yang terjadi didalam proses pembelian pada suatu periode waktu tertentu.

Tahap-tahap proses pengambilan putusan untuk melakukan pembelian adalah sebagai berikut:

(Kotler)



(Engel, Kollat dan Blackwell)



Gambar 1. Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian

Sumber: Kotler 1997:170

Menurut Swastha dan Irawan (1990:105) faktor-faktor yang mempengaruhi putusan seorang konsumen untuk membeli adalah berbeda untuk tiap pembeli. Disamping kebudayaan, kelas sosial, pribadi, dan psikologi. Sebagian besar faktor ini tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan terutama yang berasal dari luar lingkungan perusahaan. Untuk itu penelitian ini akan lebih menekankan kepada faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Berkaitan dengan perilaku konsumen pada *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center*, variabel yang berhubungan dan mempengaruhi putusan memilih arena olahraga bilyar adalah tingkat pelayanan, sarana yang disediakan, tingkat pendapatan konsumen dan harga yang ditetapkan perusahaan.

Arti Penting Perilaku Konsumen bagi Perusahaan

Perusahaan dalam memasarkan barang dan jasanya perlu mengetahui mengapa konsumen perlu memberi barang dan jasa tersebut. Dalam hal ini perilaku konsumen merupakan faktor yang besar pengaruhnya terhadap pembelian suatu produk. Dengan menganalisis perilaku konsumen maka perusahaan dapat melakukan pengembangan kegiatan pemasaran dalam usaha menyampaikan barang dan jasa secara lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Perusahaan yang sudah mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting untuk mencapai sukses usahanya akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat didalamnya, sehingga falsafah bisnis, konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap konsumen atau dengan kata lain berorientasi kepada kepuasan konsumen.

Apabila orientasi dari konsep-konsep tersebut berdasarkan dari produk perusahaan dan memandang dari tugas perusahaan, maka perusahaan akan mengetahui konsep pemasaran yang mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran harus dimulai dari usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen yang menjadi sasaranya. Kemudian perusahaan harus merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dari kebijakan produk, harga, distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan prasarana fisik yang tepat agar kebutuhan konsumen dapat dipenuhi secara memuaskan.

1. Kebijaksanaan Produk *(Product)*

Aspek produksi merupakan aspek terpenting dalam suatu proses produksi, sebagai sesuatu yang bersifat barang atau jasa yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2001 : 11)

> Produk adalah sesuatu yang ditawar kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

Produk yang ditawarkan *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* adalah produk jasa dalam bentuk permainan dan penyewaan meja bilyar sebagai produk utama. Selain itu perusahaan juga menawarkan aneka makanan dan minuman *(foods and beverages)* serta minuman keras *(liquor)* yang dapat dipesan langsung oleh para pengunjung *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center.* Permainan bilyar yang biasa dimainkan antara lain :

a. *9 Ball,* yaitu permainan bilyar dengan bola berjumlah sembilan.
b. *8 Ball,* yaitu permainan bilyar dengan bola berjumlah 16
c. *10 Ball,* merupakan permainan kombinasi dengan bola berjumlah 10

2. Kebijaksanaan Harga *(price)*

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2001 : 73)

> Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

Dalam rangka membangun dan mempromosikan olahraga bilyar di Bandarlampung *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* memberikan kebijakan harga bagi setiap pengunjung yaitu orang atau sekelompok orang yang melakukan transaksi dalam bentuk penyewaan meja bilyar, sesuai dengan kriteria masing-masing. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kebijakan Harga pada *Glow Billiard and Lounge Simpur Center*

No	Kriteria pengunjung	Harga
1	Mahasiswa	Rp. 12.500/jam
2	Umum	Rp. 30.000/jam
3	Member umum	Rp. 15.000/jam
4.	Member club	Rp. 12.500/jam

Sumber: *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center 2008*

- Kebijakan harga bagi mahasiswa ini khusus ditawarkan pada hari Senin hingga Jumat pada pukul 10.00 hingga pukul 19.00 dengan menunjukkan Kartu Tanda Mahasiswa pengunjung akan mendapatkan potongan harga sebesar 60% atas harga umum.
- Bagi *member* umum mendapat potongan harga sebesar 40% setiap hari ditambah potongan harga untuk makanan dan minuman sebesar 10%.
- *Member club* mendapat potongan harga 60% setiap hari kecuali pada malam Minggu.

3. Kebijaksanaan Saluran Distribusi *(Distribution)*

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2001 : 73)

> Saluran distribusi adalah aktivitas perusahaan agar produk mudah didapat konsumennya.

Kebijaksanaan saluran distribusi bertujuan untuk mempersingkat usaha dalam penyampaian produk atau jasa yang dihasilkan. Saluran distribusi yang diterapkan *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* sebagai perusahaan jasa adalah ***Zero Stage Distribution,*** yaitu distribusi langsung dari pihak produsen kepada pihak konsumen.

4. Kebijaksanaan Promosi *(Promotion)*

Keberhasilan perusahaan tak terlepas dari kegiatan promosi, kegiatan promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produksi kepada pembeli dengan harapan agar mereka membeli produksi atau jasa dengan tujuan meningkatkan pendapatan

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2001 : 74)

> Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Pada dasarnya promosi merupakan salah satu unsur yang penting dalam perusahaan, karena promosi tersebut bersifat mendorong, mempengaruhi, serta mengingatkan kaonsumen akan suatu produk/jasa. Program promosi suatu perusahaan yang menawarkan jasa mempunyai tiga tujuan, yaitu :

1. Menggambarkan jasa-jasa secara menarik
2. Membedakan tawarannya dari pesaing
3. Membengun nama baik perusahaan

Kebijaksanaan promosi yang dilakukan *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* berupa pemasangan iklan di surat kabar lokal, penyebaran brosur-brosur di berbagai kampus, iklan radio serta pemasangan spanduk untuk event turnamen bilyar yang akan diadakan.

5. Kebijaksanaan Sumber Daya Manusia *(People)*

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry (1995 : 26)

> *People* adalah semua orang yang bertindak sekaligus berperan dalam memberikan pelayanan guna mempengaruhi persepsi pembeli, yakni karyawan dan perusahaan pelanggan, dan pelanggan lainnya dalam suatu pelayanan.

Dalam setiap kegiatan operasionalnya, perusahaan tidak dapat terlepas dari adanya organisasi dan para karyawan yang bertugas sesuai tugas dan fungsinya masing-masing.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa tentu sangat bergantung pada sumber daya manusia yang menjadi ujung tombak dalam pelayanan terhadap para konsumen. *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* memiliki jumlah karyawan sesuai bidang pekerjaan masing-masing yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Karyawan Menurut Bidang Pekerjaan pada *Glow Billiard and Lounge Simpur Center*, 2008

No	Bidang Pekerjaan Karyawan	Jumlah (orang)
1.	*General Manager*	1
2.	*Operation manager*	1
3.	*Event manager*	1
4.	Keuangan/Administrasi	1
5.	*Supervisor*	1
6.	*Leader PR*	1
7.	*Ladies Company*	4
8.	*Captain Bar*	1
9.	Kepala Meja	2
10.	Kepala Kasir	1
11.	Kepala *Security*	2
12.	*Bartender*	4
13.	*Waiter/waitress*	13

14	Kasir	2
15.	*Security*	5
16.	*Cleaning Service*	5
	Jumlah	45

Sumber : *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center*, 2008

6. Kebijaksanaan Proses *(Process)*

Menurut Lupiyoadi, Rambat (2001 : 60)

> Proses merupakan gabungan semua aktivitas umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

Dalam kegiatan operasionalnya *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* menggunakan *shift* pada karyawan khususnya pada posisi kepala meja, *waiter/waitress, cleaning service, bartender, partime* dan kasir. Jadwal *shift* dibagi menjadi tiga bagian pagi, siang dan malam. *Shift* pagi dimulai pukul 10.00 hingga pukul 13.00 sedangkan *shift* siang pukul 13.00 hingga 17.30 dan *shift* malam pada pukul 17.30 hingga pukul 24.00 pada hari Sabtu dan Minggu tetap beroperasi seperti biasa. Setiap tiga bulan sekali umumnya dilakukan pergantian karyawan pada posisi *waiter/waitress* atau perpanjangan kontrak kerja bagi yang telah melewati masa kerja tiga bulan.

7. Kebijaksanaan Prasarana Fisik *(Physical Evidence)*

Prasarana fisik menurut Lupiyoadi, Rambat (2001 : 60)

> Prasarana fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen.

Sebagai penyedia jasa arena permainan olahraga bilyar tentunya *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* menyediakan meja bilyar dengan kualitas baik serta desain *layout* gedung dengan penataan meja bilyar dengan jarak yang disesuiakan antara satu meja bilyar dengan meja bilyar lainnya. Penataan *air conditioner*, letak *bar*, kursi dan meja bagi pengunjung, panggung bagi

penampilan band dan *DJ (disc jokey)* serta tata lampu yang disesuaikan demi kenyamanan dan kepuasan bagi para pengunjung yang datang dan bermain bilyar di *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* serta tidak lupa fasiltas *toilet* yang juga disediakan bagi para pengunjung.

Glow Billiard and Lounge Simpur *Center* menyediakan 20 meja bilyar dengan merek *Metro Murrey,* dengan karpet *(clothing)* dari *Simonis clothing,* bola bilyar produk *Aramith pro ball cup*, *American chalk,* serta *stick* dari produk *Murrey.*

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang atau setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Selain itu harus terdapat penyesuaian dan koordinasi antara kebijakan produk, harga, distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan prasarana fisik untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan konsumen.

Faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, salah satunya adalah pemenuhan akan kepusan konsumen yang menjadi sasarannya. Semakin konsumen terpuaskan maka keuntungan yang diperoleh perusahaan juga akan bertambah, hal ini dapat ditunjukkan besarnya produk yang terjual. Kepuasan konsumen akan tercermin dalam perilaku konsumen itu sendiri.Hal inilah yang melatarbelakangi penulisan skrpsi dengan judul: **"Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Arena Permainan Olahraga Bilyar Pada *Glow Billiard and Lounge* Simpur *Center* di Bandarlampung".**

1.2 Permasalahan

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah bagaimana meningkatkan dan mempertahankan jumlah pengunjung dalam rangka memperoleh

laba bagi kelangsungan perusahaan. Pihak perusahaan harus lebih cermat dalam melayani para pengunjungnya agar keinginan dan kepuasan pengunjung dapat dipenuhi sehingga kesetiaan terhadap perusahaan dapat dicapai dengan cara menganalisis perilaku pengunjungnya dengan baik.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut adalah faktor ekstern dan faktor intern. Faktor ekstern terdiri dari kebudayaan, kelas sosial dan kelompok referensi, sedangkan faktor intern terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, sikap dan konsep diri.

Masalah yang dihadapi *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* adalah kenyataanya jumlah pengunjung yang mengalami fluktuasi setiap bulan, namun jumlah tersebut dapat dikatakan sebagai pencapaian yang baik bagi perusahaan dengan rata-rata jumlah pengunjung sebesar 2247 dan persentase perkembangan sebesar 14,067. Pangsa pasar yang diperoleh *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* juga menunjukkan posisi yang cukup baik diantara para pesaing yang juga menyediakan jasa arena olahraga bilyar di Kota Bandarlampung.

Sebagai langkah menghadapi perubahan kenyataan jumlah pengunjung yang terus berfluktuasi ini pihak perusahaan perlu mengadakan pendekatan tentang perilaku konsumen untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh perilaku konsumen dalam menentukan keputusannya memilih arena olahraga bilyar. Sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan baik dan mendapatkan laba yang diharapkan.

Berdasarkan kondisi tersebut dan uraian dari latar belakang maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah apakah faktor intern (motivasi, belajar, persepsi,) dan ekstern

(budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi) pada perilaku konsumen mempengaruhi keputusannya dalam memilih bermain bilyar di *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center*.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, kelas sosial, kelompok referensi, motivasi, belajar, persepsi, pada konsumen dalam pengambilan keputusan memilih bermain bilyar pada *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* di Bandarlampung.
2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center* dalam upaya menentukan kebijakan pemasaran agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

1.4 Kerangka Pemikiran Perilaku Konsumen Jasa Bilyar

Pada intinya kegiatan pemasaran jasa adalah bagaimana menyusun dan mengintegrasikan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang tepat sehingga berujung pada kepuasan konsumen yang menjadi sasarannya sekaligus menghasilkan laba bagi perusahaan. *Marketing mix* yang dirancang mencakup kebijakan produk, harga, distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan prasarana fisik.

Produksi jasa bilyar sebagaimana produksi barang dan jasa lainnya bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, khususnya kebutuhan akan olahraga dan hiburan. Kegiatan pemasaran jasa bilyar pada intinya bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar bersedia melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena itulah pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam pembelian jasa bilyar memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan kegiatan pemasarannya.

Menurut Swastha dan Handoko (1997:57) perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

1.Faktor ekstern, yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

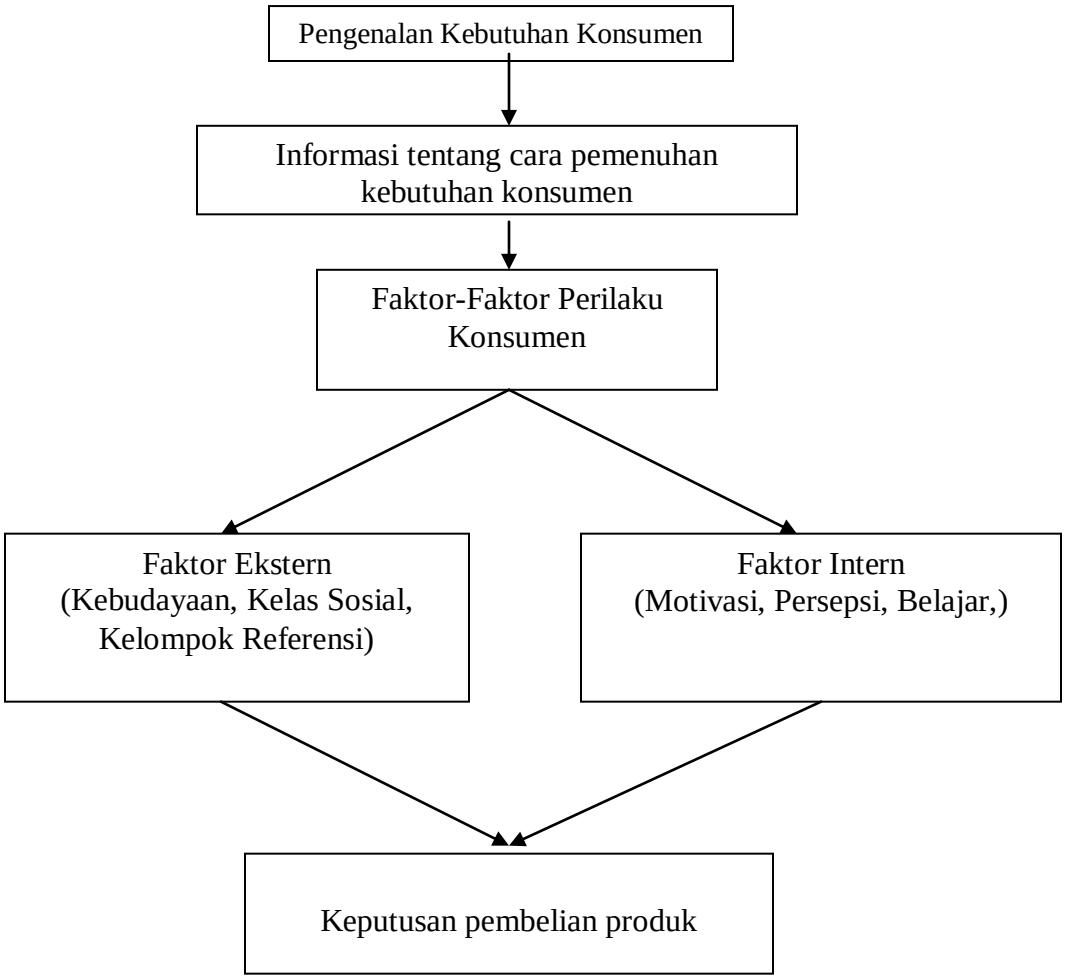
2.Faktor intern, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, dan sikap.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut memberikan petunjuk bagi perusahaan untuk menjangkau dan melayani konsumen secara tepat.

Dengan mengetahui secara tepat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, perusahaan dapat menentukan kebijaksanaan *marketing mix* serta memadukannya dengan faktor-faktor situasi sehingga tercapai laba maksimal.

Pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung akan sangat membantu pihak perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjungnya. Dengan demikian diharapkan perusahaan akan dapat mempertahankan pengunjungnya sekaligus berusaha untuk menarik pengunjung baru sehingga volume penjualan perusahaan dapat ditingkatkan, oleh karena itu pemahaman akan perilaku konsumen menjadi sangat penting artinya agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi dan terpuaskan.

Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen



Gambar skema kerangka pemikiran menunjukkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen mempunyai berbagai tahapan. Tahap pertama, konsumen menyadari bahwa terdapat masalah atau munculnya suatu tuntutan pemenuhan kebutuhan. Tahap kedua, konsumen

kemudian mencari informasi tentang cara memenuhi kebutuhan tersebut. Konsumen dapat mencari informasi dari dalam diri

mereka seperti ingatan yang tersimpan dari pengalaman terdahulu maupun informasi dari luar seperti lingkungan, teman, iklan, televisi, koran, radio, dll. Tahap ketiga, konsumen dihadapkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (faktor intern dan ekstern) tahap keempat konsumen melakukan keputusan pembelian produk.

1.5 Hipotesis

Hipotesis yang dapat penulis ajukan berdasarkan uraian, latar belakang, permasalahan, dan kerangka pemikiran adalah;

Faktor ekstern yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan faktor intern yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, berpengaruh positif bagi konsumen dalam pengambilan putusan memilih bermain bilyar pada *Glow Billiard And Lounge* Simpur *Center.*