

1.PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha untuk melakukan dan menciptakan produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Konsumen adalah pelaku memilih, menerima, menikmati dan menghabiskan jasa dan produk, dengan kata lain konsumen adalah pengambil keputusan.

Dewasa ini seiring perkembangan zaman, konsumen yang mulai melakukan pola hidup yang berubah – ubah dalam mengikuti trend masa kini membuat para pelaku usaha melakukan inovasi baru baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya dan menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen.

Seiring mengikuti perkembangan zaman terdapat fenomena baru yang terjadi saat ini yaitu konsumen yang mulai meningkat kepeduliannya pada kesehatan / pola hidup sehat dan pastinya konsumen akan mencari apa yang diinginkan untuk kebutuhannya. Oleh karena itu hal ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha dalam memberikan sarana dan prasarana demi mencapainya keuntungan yang menjanjikan.

Dengan makin banyaknya masyarakat yang peduli akan hidup sehat dan cukup sulitnya mencari tempat olah raga yang bebas dari polusi, sarana olah raga menunjang dan waktu berolah raga yang tidak bisa dibagi dengan rutinitas sehari-hari yang cukup padat, keritis akan pentingnya hidup sehat. Di kota – kota besar saat ini terdapat sarana dan prasarana olah raga yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu pusat kebugaran (*fitness centre*). Bisnis ini bermula karena permintaan pasar di mana konsumen menginginkan badan yang sehat dan bugar serta proposional sesuai dengan tinggi badan dan berat badan yang diinginkan. *Fitness* ialah sarana olah raga menuju gaya hidup sehat masa kini. Jenis usaha tersebut adalah salah satu yang dibutuhkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti komentar dari beberapa konsumen yang menggunakan sarana kebugaran berikut ini yang ditulis oleh *Last modified: 26/5/06*.

“menurut Hans (29) yang bekerja di bidang industri makanan, dirinya memilih pusat kebugaran sebagai tempat berolahraga sepulang kerja, karena tingkat polusi udara cukup tinggi. Sehingga tidak memungkinkan baginya untuk melakukan olahraga di luar ruangan, terutama pada jam-jam pulang kantor.”

“Sejak tinggal di Amerika saya sudah terbiasa olahraga sore. Tapi kan kalau di kota –kota besar di Indonesia yang cukup padat penduduknya berolahraga santai seperti jalan atau lari di luar ruangan sangat tidak mungkin. Karena polusi udara Makanya saya pilih tempat fitnes biar lebih aman dan sehat," tandasnya. [Pembaruan/Yumeldasari Chaniago]

Di kota-kota besar saat ini sangat sulit bagi saya untuk mencari tempat olah raga yang sarana dan prasarana memadai dan bebas dari polusi dan bila ada itupun sangat jauh dan waktu yang tak memungkinkan bagi saya. Maka dari itu saya memilih sarana kebugaran.

Pusat kebugaran merupakan salah satu kegiatan usaha jasa yang muncul karena masyarakat yang sudah mempunyai pola hidup sehat dan mulai mengikuti gaya

hidup sehatnya, dimana jasa kebugaran memberikan pelayanan yang berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan dan menciptakan nilai tersendiri bagi pelanggan Tjiptono (1996:59). Hal tersebut bisa dikatakan demikian karena telah banyak pusat kebugaran sejenis yang bermuculan, ibarat jamur dimusim hujan.

Konsumen di dalam memilih dalam suatu produk jasa dipengaruhi oleh faktor perilaku. Karena suatu kebutuhan konsumen memutuskan menggunakan suatu produk, perkembangan trend memiliki tubuh yang sehat dan pentingnya kesehatan. Berkembang di kalangan masyarakat dewasa ini yang mulai sadar akan kebutuhan badan yang sehat dan bugar menjadi dasar bagi pengusaha di bidang jasa alat kebugaran dan sarana kebugaran membidik pangsa pasar yang potensial ini. Para pelaku usaha jasa kebugaran harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk menjadi member atau pelanggan di perusahaan tersebut sehingga pelaku usaha yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap jasa yang diterimanya.

Dalam bisnis jasa sarana kebugaran selalu dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen agar nilai konsumen tetap terjaga dan pelanggan dapat bertahan dengan gaya hidup fitness. Alasan demikian diungkapkan karena Dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis di bidang jasa pusat kebugaran, akan mendorong terjadinya persaingan yang ketat antara pusat kebugaran yang satu dengan yang lain. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan "*customer oriented*" bersaing mendapatkan perhatian konsumen. Perusahaan berusaha untuk

melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen karena sekali saja konsumen merasa kecewa terhadap produk atau jasa suatu perusahaan maka ia akan segera berpindah ke produk atau jasa perusahaan lain.

Perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana mendapatkan laba dengan rengking tertinggi tanpa memikirkan kelangsungan hidup, maka dari itu nilai salah satu cara menumbuhkan dan mempertahankan hidup suatu perusahaan. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan pusat kebugaran yang bertujuan menumbuhkan status dan citra perusahaan. Dalam bisnis jasa sarana kebugaran selalu dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

Di tengah masyarakat yang semakin peduli dan semakin kritis atas apa yang dirasakan, perusahaan sarana kebugaran dalam mempertahankan nilai mempunyai sub pendorong ekuitas nilai (*sub driver*) yaitu pelayanan prima menjadi salah satu kunci keberhasilan bisnis. Apabila konsumen diberikan pelayanan yang baik maka status dan citra akan terwujud dan konsumen akan puas. Kedua harga, dimana harga menjadi suatu alat pertukaran apa yang dibeli dan apa yang dirasakan dan yang ketiga kenyamanan, perusahaan bisa dikatakan mempunyai nilai untuk pelanggan apa bila dapat merespon apa yang diinginkan oleh konsumen dan dapat diwujudkan. Hal tersebut berkenaan dengan pendapat Kotler (1994:98) yaitu kunci sukses dari pada penjualan adalah berusaha memberikan suatu kepuasan bagi konsumen tentang produk, *service* serta harga dari pada produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, dimana produk, *service* dan *price* merupakan bagian dari nilai pelanggan (*customer value*). Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan sarana kebugaran yang

bertujuan menumbuhkan status dan citra perusahaan. Dalam bisnis jasa sarana kebugaran selalu dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

Persaingan (*competition*) dalam memperebutkan pangsa pasar pada bisnis atau usaha sarana kebugaran semakin ketat, ditandai dengan semakin banyaknya alternatif produk yang ditawarkan dan berbagai kemudahan serta keuntungan yang didapat oleh konsumen. Hal itu ditujukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan akan terjadi pembelian ulang oleh konsumen.

Pembelian ulang ini akan menimbulkan peningkatan keuntungan perusahaan sekaligus akan mampu mempertahankan kelangsungan hidup badan usaha agar tidak mengalami kesulitan bahkan mengalami kemunduran dalam usahanya. Apabila harapan dan keinginan sudah terpenuhi maka konsumen telah merasakan nilai yang diciptakan oleh perusahaan.

Menyadari arti pentingnya nilai bagi pelanggan, maka pelayanan yang berkualitas diperlukan guna mempertahankan dan merebut pasar. Hal ini didukung oleh pendapat Tjiptono (2001:24) yang menyatakan bahwa dewasa ini semakin diyakini kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas.

Telah diketahui bahwa Penggunaan jasa kebugaran pada saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Namun juga Perilaku menggunakan jasa kebugaran tidak saja dilihat dari banyaknya manfaat yang terkandung dalam nilai konsumen (*customer value*) akan tetapi banyak konsumen menggunakan jasa kebugaran karena mempunyai beberapa tujuan yang sesuai dengan keinginannya tersebut.

Sedikit dari beberapa contoh kasus yang terdapat dilapangan bahwa sarana kebugaran bukan saja tempat berolah raga juga saran kebugaran merupakan sesuatu yang sedang trend pada saat ini akan menjadi pandangan dimasyarakat sebagai orang gaul, tidak ketinggalan zaman bila menggunakan jasa kebugaran dan banyak faktor – faktor lain yang membuat mereka datang ke tempat pusat kebugaran. Konsumen yang datang, menggunakan jasa kebugaran yang trend saat ini di dalam bisnis dunia kesehatan dimana konsumen akan menunjukkan gaya hidup bagi konsumen tersebut. Gaya hidup merupakan pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang (Engel, Blackweel dan Miniard, 1994: 383).

Perilaku penggunaan ini tentunya mempunyai beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan jasa di pusat kebugaran. Orang – orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau keperibadian seseorang; gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan.

Berdasarkan dari riset-riset tujuan mereka datang ke tempat kebugaran ini sangat bervariasi, ada yang ingin membentuk tubuhnya agar lebih terlihat menarik dan ada juga yang ingin menurunkan berat badan mereka agar lebih terlihat menarik, dan ada pula yang datang hanya sekedar untuk berkumpul dengan para komunitasnya. ada sebagian orang yang datang ke tempat pusat kebugaran hanya untuk gaya atau sekedar untuk cuci mata Bukan hanya itu, ada pula orang yang berangkat dari rumah atau kantornya dengan membawa tas yang berisi perlengkapan olah raga merasa bangga akan dirinya. Tak jarang, orang yang seperti itu hanya ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa dirinya ikut *gym* atau

aerobic atau tergabung dalam member suatu tempat pusat kebugaran yang namanya sudah beken.

Mengetahui alasan konsumen menggunakan jasa suatu produk merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan. Perusahaan berorientasi pada pelanggan, yang benar-benar memperhatikan konsumennya, salah satunya adalah harus mengadakan penelitian terhadap konsumen untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap, serta perilaku mereka (Dharmmesta dan Handoko,2000: 6-7). Dan penulis meneliti tentang gaya hidup dilihat dari aktivitas, minat dasar psikologi apakah berpengaruh terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa di pusat kebugaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen dalam memutuskan menggunakan jasa sarana kebugaran yang di studikan pada pusat kebugaran Andri oleh karena itu penulis memilih judul : **“Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Gaya Hidup Pada Keputusan Menggunakan Sarana Kebugaran (Studi pada Pusat Kebugaran Andri Di Bandar Lampung)”**.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah nilai pelanggan dan gaya hidup berpengaruh secara bersama- sama terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran?
2. Apakah nilai pelanggan berpengaruh pada pelanggan menggunakan sarana kebugaran pada Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh pada keputusan menggunakan sarana kebugaran pada Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dilihat dari nilai produk, nilai pelayanan, dan nilai harga pada keputusan menggunakan sarana kebugaran di Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dilihat dari aktivitas, dan minat dasar psikologi pada keputusan menggunakan sarana kebugaran pada pusat kebugaran Andri di Bandar Lampung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan memberikan sumber inspirasi dan referensi peneliti berikutnya yang akan meneliti mengenai pengaruh nilai pelanggan dan gaya hidup pada keputusan menggunakan jasa.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dan sumbangan pemikiran kepada Pusat Kebugaran Andri yang berkaitan dengan nilai pelanggan dan gaya hidup sebagai pemecahan masalah.