

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia hiburan modern, yang banyak dicari oleh masyarakat baik para pekerja maupun para pelajar, dengan tujuan untuk menghilangkan kepenatan, ketegangan, kejenuhan dan rasa lelah karna kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi hal tersebut, orang dapat mencari tempat hiburan yang menyenangkan hati seperti: taman hiburan, tempat wisata, bioskop, tempat karaoke, dan masih banyak tempat hiburan lainnya. Akhir-akhir ini semakin banyak berdirinya tempat-tempat hiburan khususnya karaoke yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modern untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket harga yang bervariasi dan kompetitif. Dalam membeli suatu produk atau jasa, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu kekurangan. Konsumen tidak menginginkan produk atau jasa yang tidak memenuhi standar mutu, apa yang menentukan konsumen akan puas atau tidak puas terhadap suatu pembelian baik produk maupun jasa.

Namun hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, sebuah perusahaan harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan disasar. Tujuan pemasaran sendiri menurut Kotler dan Keller (2009:36) adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Dimana faktor kualitas produk dan jasa/pelayanan, harga, lokasi dan promosi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Dalam sebuah perusahaan yang menyediakan tempat hiburan salah satunya karaoke dituntut untuk menyediakan dan membuat standard yang tinggi dalam hal kualitas pelayanan jasa yang mereka tawarkan. Hal tersebut menjadi dasar penilaian seorang konsumen dalam melakukan suatu keputusan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan salah satunya perusahaan penyedia hiburan berupa jasa karaoke tempat untuk berolah vokal, melepas penat, stress, dan sebagainya. Menurut Kotler dan Keller (2009:143) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Untuk mendorong tingkat keputusan pembelian pada konsumen saat melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi konsumen pasca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu, yaitu seperti: area parkir, ruang tunggu, cukupnya jumlah karyawan yang melayani konsumen dan juga keandalan karyawan dalam menangani keluhan dan masalah konsumen apabila konsumen mengalami kesulitan. Dengan hal seperti itu lah diharapkan dapat mendorong tingkat keputusan pembelian konsumen.

Promosi juga merupakan salah satu faktor penting bagi seorang konsumen dalam menentukan suatu sikap untuk mengambil keputusan dalam pembelian tertentu. Menurut Tjiptono (2008:219) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran untuk informasi mengenai adanya suatu produk atau jasa guna mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Salah satu hal menarik yang ditawarkan oleh pihak manajemen PT STAR ON THE ROCK (Karaoke keluarga) di Bandar Lampung adalah dengan promosi berupa potongan harga atau discount yang cukup besar. Discount tersebut tertera pada banner besar tepat di pintu masuk karaoke. Promosi berupa promo potongan harga yang mencapai 50% dalam rentan waktu tertentu, tentu sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan sebuah transaksi pembelian di karaoke tersebut. Lalu ada juga kupon undian dengan hadiah-hadiah menarik yang bisa didapatkan dengan nominal transaksi tertentu. Dimana faktor promosi merupakan salah satu hal penting yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian jasa yang ditawarkan.

Dampak kemajuan dunia hiburan modern sekarang ini mengakibatkan banyak perusahaan hiburan berlomba-lomba untuk memiliki keunggulan daya saing. Hal ini juga terjadi pada bisnis hiburan karaoke terutama pada bisnis hiburan karaoke keluarga. Letak PT. STAR ON THE ROCK Bandar Lampung adalah di Jl. Z.A. Pagar Alam No. 15-16A yaitu lokasi yang cukup strategis yang merupakan pusat pendidikan di Kota Bandar Lampung, karena di daerah sekitar PT STAR ON THE ROCK ada beberapa universitas negeri maupun swasta, serta beberapa sekolah dari tingkat SD-SMA. Wilayah sekitar tempat usaha karaoke ini juga termasuk di wilayah perekonomian sehingga dengan akses jalan yang baik dan mudah untuk dijangkau oleh mahasiswa dan siswa sebagai target utama PT STAR ON THE ROCK karaoke keluarga di Bandar Lampung.

Berdasarkan survey yang dilakukan kepada manajemen PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung, diperoleh data tentang jumlah transaksi penjualan room melalui wawancara langsung dengan manajer PT STAR ON THE ROCK yang dapat dilihat pada table 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1 Jumlah Transaksi Penjualan Room Tahun 2016

No	Bulan	Jenis Room					Total Transaksi	Jumlah
		Small	Medium	Large	VIP	VVIP		
1.	Januari	218	195	108	66	63	650	4511
2.	Februari	112	166	111	63	39	491	3997
3.	Maret	188	159	98	58	41	544	3685
4.	April	225	215	116	68	62	686	4728
5.	Mei	233	217	120	65	68	703	4864
6.	Juni	-	-	-	-	-	0	0
7.	Juli	137	119	75	53	34	418	2902
8.	Agustus	185	147	90	54	40	516	3482
9.	September	255	194	114	80	70	713	4946
10	Oktober	263	226	120	72	74	755	5198
11.	November	265	239	136	76	82	798	5572
12.	Desember	256	186	114	79	78	713	5012
	Jumlah Transaksi Tahun 2016						6.987	48.897
	Rata-Rata						582	4075

Sumber: PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah transaksi yang terjadi di PT STAR ON THE ROCK sering mengalami fluktuasi pada tahun 2016. Pada tahun 2016, penurunan jumlah transaksi mengalami penurunan yang cukup berarti terjadi pada bulan Juli, total transaksi yang terjadi berkurang sebanyak 285

transaksi dibandingkan bulan Mei. Pada Bulan Juni tidak ada transaksi yang terjadi karena bulan Juni tahun 2016 adalah Bulan Ramadhan, yang berarti semua tempat hiburan termasuk karaoke PT STAR ON THE ROCK tidak beroperasi. Transaksi terbanyak yang terjadi adalah pada bulan November dengan 798 transaksi. Bulan November adalah puncak pendapatan terbanyak PT STAR ON THE ROCK berdasarkan data yang didapat melalui wawancara dengan Manajemen.

Jumlah transaksi pada table 1.1 di atas menunjukkan banyak sedikitnya transaksi yang terjadi atau keputusan pembelian yang terjadi. Dengan terjadinya fluktuasi setiap bulannya, mengindikasikan ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dengan banyaknya masyarakat yang ingin mencari tempat-tempat hiburan seperti contohnya tempat karaoke, menunjukkan minat konsumen untuk berolah vokal atau berkaraoke cukup tinggi. Akan tetapi berdasarkan data yang saya peroleh, terjadi fluktuasi total transaksi setiap bulannya yang mengindikasikan adanya beberapa faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk memilih berolah vokal atau berkaraoke di PT STAR ON THE ROCK (karaoke keluarga) di Bandar Lampung.

Sebagai salah satu perusahaan pelayanan konsumen dalam bidang hiburan atau entertainment, karaoke dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen pengguna jasa. Berkaitan dengan hal tersebut pihak karaoke akan melakukan suatu upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui penggunaan karyawan yang memiliki dedikasi dan kompetensi yang tinggi mengingat sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan.

Dengan demikian akan timbul persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal mutu pelayanan hiburan maupun keunggulan produk yang diberikan, misalnya

dengan memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan pemesanan ruangan serta segala fasilitas yang diberikan untuk konsumen sehingga dapat memberikan rasa puas dan nyaman untuk berkaraoke. Maka hal utama yang diprioritaskan oleh pihak karaoke tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Selaku pimpinan sebuah perusahaan harus mengetahui hal yang dianggap penting oleh para konsumen dan berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin, memaksimalkan kualitas pelayanan setinggi mungkin.

Perusahaan juga harus mampu memberikan promosi harga promo yang berkualitas serta berkelanjutan tidak hanya dalam periode waktu tertentu agar dapat menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen dalam melakukan suatu keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Star On The Rock (Karaoke Keluarga) Di Bandar Lampung”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, mengungkapkan bahwa dimensi faktor-faktor kualitas pelayanan dan bauran promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dengan melihat data yang di dapat dari jumlah transaksi di PT. STAR ON THE ROCK maka kita dapat mengetahui jumlah transaksi pembelian di tahun 2016 cenderung mengalami fluktuasi setiap bulannya. Hal ini dikarenakan timbulnya berbagai faktor. Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah masalah penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen pada PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung.

Maka pertanyaan penelitian dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen PT. STAR ON THE ROCK.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen PT. STAR ON THE ROCK.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. STAR ON THE ROCK yang beralamat di Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 15-16 A Kedaton.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Ruang lingkup waktu penelitian ini adalah antara November 2016 s/d April 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu

Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil yaitu Manajemen Pemasaran khususnya. Pengaruh bauran pemasaran, fasilitas perusahaan, keputusan konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke keluarga) di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke keluarga) di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke keluarga) di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Untuk menambah khasanah dan wawasan ilmiah bagi penulis khususnya dalam hal pemasaran. Disamping itu penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui arti penting nya kualitas pelayanan dan promosi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen PT. STAR ON THE ROCK.

1.5.3 Bagi Institusi dan Masyarakat

Sebagai sumbangan pemikiran dan sumber analisa kepada para pembaca, baik di lingkungan kampus IBI Darmajaya, ataupun di luar kampus dalam memahami tentang hubungan kualitas pelayanan serta promosi terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dalam upaya penambahan referensi bagi mahasiswa dan masyarakat umum melalui perpustakaan IBI Darmajaya.

1.6 Sitematika Penulisan

Penulisan akan dilakukan beberapa tahap, penelitian ini akan disusun dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori yang mendasari dan mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi obyek penelitian, analisis data, serta interpretasi hasil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini berisi pemaknaan terhadap hasil pengolahan data yang ditemukan selama penelitian ini dan sekaligus memberikan saran dalam bentuk rekomendasi konkret sebagai tindak lanjut dari hasil peneliti.