

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi ekonomi yang sedemikian rupa membawa pengaruh besar pada industri kebugaran di Indonesia. Pertumbuhan dan pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini ditonjolkan dengan kemunculan tren gaya hidup sehat, dimana pada masa ini masyarakat dituntut atas pentingnya penampilan fisik (SWA dalam Bhagyarta & Dharmayanti, 2011). Semakin bertumbuhnya jumlah konsumen kelas menengah juga telah menjadi faktor utama yang menarik banyaknya peningkatan jumlah toko ritel kelas menengah di Indonesia (Investor Daily dalam Bhagyarta & Dharmayanti, 2013). Fenomena ini juga menandai salah satu akibat mengapa jumlah pusat kebugaran kelas menengah ikut mengalami peningkatan dalam pertumbuhannya (Rumah Fitnes dalam Bhagyarta & Dharmayanti, 2012). Saat ini, aktivitas latihan beban atau kardiovaskular di pusat kebugaran sudah tidak lagi diasumsikan sebagai gaya hidup mewah. Namun, aktivitas ini sekarang dilakukan oleh masyarakat yang berasal kalangan buruh sampai para kalangan profesional (Dunia Fitnes dalam Bhagyarta & Dharmayanti, 2014).

Industri kebugaran sekarang tidak lagi hanya menjangkau mereka yang berasal dari kalangan papan atas. Lebih menarik lagi, pelaku bisnis yang mendominasi pasar pada industri pusat kebugaran saat ini adalah firma yang berasal dari kelas menengah (Tokoh Indonesia dalam Bhagyarta &

Dharmayanti, 2011). Alasan mengapa pusat kebugaran kelas menengah atas lebih populer dari pada pusat kebugaran yang eksklusif didasari oleh berbagai macam faktor. Pada umumnya, pusat kebugaran kelas menengah memiliki komunitas yang nyaman dan memiliki etiket antar anggota yang baik, dimana hal ini membuat anggota merasa dihargai seperti di rumah sendiri. Selain itu, pusat kebugaran kelas menengah biasanya memiliki tempat yang dekat dengan perumahan dan memiliki bangunan berdiri sendiri, sedangkan pusat kebugaran yang eksklusif didirikan didalam sebuah *mall* atau apartemen, keunggulan ini memudahkan para anggota pusat kebugaran kelas menengah dari segi *accessibility* dan yang paling penting, pusat kebugaran kelas menengah atas tidak memberikan aturan mengenai pembatasan jam kepada anggotanya, sehingga para anggota dapat leluasa berolahraga kapan saja.

Terdapat fenomena menarik yang dapat diamati mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada pelanggan pusat kebugaran kelas menengah. Perilaku konsumtif ini dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yang cirinya secara garis besar dapat disebut hedonis dan utilitarian, dimana salah satu dari kelompok ini diduga berkontribusi besar kepada kelangsungan industri pusat kebugaran. Hal ini dapat terjadi karena pelanggan dari kelompok hedonis biasanya memiliki kecenderungan untuk berlatih pada suatu pusat kebugaran dengan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Sedangkan kelompok utilitarian, diduga memiliki tingkat *turnover* yang cukup tinggi, dan kelompok utilitarian pada umumnya memiliki minat beli ulang yang cukup rendah dalam memperpanjang masa keanggotaan. Namun, dugaan-

dugaan ini masih belum bisa terbukti benar, untuk itu diperlukan adanya investigasi lanjut untuk membuktikan apakah dugaan ini benar.

Adapun ukuran berupa indikator-indikator untuk menentukan apakah pelanggan itu termasuk kedalam kategori hedonis atau utilitarian. Indikator indikator ini contohnya seperti banyaknya uang yang dihabiskan, motivasi yang dijadikan panutan, aktivitas apa saja yang dilakukan, preferensi level kebugaran pelanggan tersebut, dan sebagainya. Indikator ini akan menjadi acuan untuk mengukur kecenderungan individu tersebut, yaitu apakah individu tersebut lebih mengedepankan nilai-nilai hedonis atau utilitarian dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Peneliti mengambil tema hedonis dan utilitarian karena perspektif dari kedua sisi ini merupakan aspek dari *consumer behavior* yang di indikasikan oleh adanya elemen *motivation*, *perception*, *learning*, *personality* dan *attitudes* setiap individu.

Elemen-elemen tersebut adalah faktor psikologi yang merupakan salah satu acuan yang ada di alam bawah sadar manusia dan membentuk sebuah konsep dalam berpikir. Sehingga hal ini dapat menjadi penjelasan mengapa seseorang dapat memiliki pola pikir bahwa nilai hedonis atau utilitarian memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan nilai-nilai berbelanja lainnya. Peneliti mengambil level kelas menengah atas karena terdapat keragaman konsumen yang unik dalam kelas ini, sehingga peneliti akan mudah mendapati berbagai macam perilaku yang dapat diklasifikasikan kedalam bentuk hedonis atau utilitarian. Itu lah mengapa peneliti mengambil judul “ Pengaruh Nilai

Hedonis dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Perilaku pada Industri Pusat Kebugaran di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah nilai hedonis memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah nilai utilitarian memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah nilai hedonis memiliki pengaruh terhadap niat perilaku?
4. Apakah nilai utilitarian memiliki pengaruh terhadap niat perilaku?
5. Apakah kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap niat perilaku?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi hubungan antara nilai hedonik terhadap niat perilaku?
7. Apakah kepuasan konsumen memediasi antara nilai utilitarian terhadap niat perilaku?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian yang di lakukan, yaitu:

1. Mengetahui adanya pengaruh nilai hedonis terhadap kepuasan konsumen
2. Mengetahui adanya pengaruh nilai utilitarian terhadap kepuasan konsumen
3. Mengetahui adanya pengaruh nilai hedonis terhadap niat perilaku
4. Mengetahui adanya pengaruh nilai utilitarian terhadap niat perilaku
5. Mengetahui adanya pengaruh kepuasan konsumen dengan niat perilaku

6. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan konsumen sebagai mediator antara nilai hedonik terhadap niat perilaku.
7. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan konsumen sebagai mediator antara nilai hedonik terhadap niat perilaku

D. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis (Keilmuan)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penerapan dan perbandingan antara teori dan praktek yang berhubungan dengan nilai hedonis dan nilai utilitarian terhadap niat perilaku

2. Aspek Praktis (Kegunaan)

Penelitian ini diharapkan untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh hedonic dan nilai utilitarian terhadap niat perilaku pada pusat kebugaran di Yogyakarta.