Analisis Sikap Konsumen dalam Menggunakan Jasa Tempat Bilyar di Q-club *Pool Lounge Cafe*

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



ditulis oleh

Nama	: Mellina
Nomor Mahasiswa	: 01311289
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
2005

Beberapa pemasar memusatkan perhatian usahanya pada sebuah kelas sosial, demikian juga halnya dalam sebuah kategori media, kelas sosialpun juga berbeda dalam hal pilihannya.

Ad. d. Kelompok Sosial dan Kelompok Referensi

Kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka. Kesatuan individu dapat dikatakan bila setiap anggota kelompok sadar bahwa ia merupakan sebagian dari kelompok yang bersangkutan, adanya interaksi antara anggota kelompok, dan terdapat suatu faktor yang dimiliki bersama, misalnya : nasib yang sama, satu profesi, tujuan yang sama, ideologi dan lain-lain.

Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang mempunyai ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dalam perilakunya. Kelompok referensi ini juga mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam berperilaku. Kelompok sosial dan kelompok referensi ini memang memiliki kaitan yang erat dengan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk.

Ad. e. Keluarga

Keluarga adalah lembaga yang dibentuk melalui suatu perkawinan yang terdiri dari : ayah, ibu, anak-anak yang hidup bersama, ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara seperti : kakek, nenek, paman, bibi, dan menantu. Dalam pasar

konsumen, keluarga merupakan pelaku ekonomi yang banyak melakukan pembelian. Demikian pula halnya dengan membuat keputusan pembelian/penggunaan jasa rumah sakit, seseorang dapat dipengaruhi oleh keluarganya dalam memilih rumah sakit.

Faktor Intern

Faktor intern adalah faktor-faktor psikologi yang berasal dari proses intern individu, yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Faktor-faktor psikologi yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen adalah :

a. Motivasi
b. Pengamatan
c. Belajar
d. Kepribadian dan Konsep Diri
e. Sikap

Ad. a. Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan yang dapat disimpulkan adanya, karena sesuatu tersebut dapat disaksikan.