

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Fadila & Ridho (2013:6), Perilaku Konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Menurut Peter & Olson (2013:6), Perilaku Konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan di mana manusia melakukan pertukaran aspek – aspek kehidupan.

2.2 Pengertian Persepsi

Schiffman & Kanuk (2008: 136), Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Menurut Suwarno (2009:4) dalam Wulandari 2013, Persepsi adalah suatu proses membuat penilaian atau membangun kesan mengenai berbagai macam hal yang terdapat di dalam lapangan penginderaan seseorang. Penginderaan ini mengakibatkan manusia mulai memberikan penilaian baik atau buruk, enak atau tidak enak.

Menurut Nursalam dalam Wahyudi (2013:29), Persepsi adalah proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman.

Sedangkan menurut Pride & Ferrell dalam Fadilah & Ridho (2013:45), Persepsi didefinisikan sebagai proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan untuk menghasilkan makna.

2.2.1 Faktor-faktor Persepsi

Menurut Gibson, dkk dalam Ramadhan (2013:1), ada 2 faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

A. **Faktor Internal**, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu yang mencakup beberapa hal, yakni :

- 1) **Fisiologis**: Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
- 2) **Perhatian**: Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.
- 3) **Minat**: Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- 4) **Kebutuhan yang searah**: Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- 5) **Pengalaman dan Ingatan**: Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

- 6) Suasana Hati: Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

B. **Faktor Eksternal:** Merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Faktor-faktor eksternal tersebut yaitu :

1. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
2. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
3. Keunikan dan kekontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
4. Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
5. *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

2.2.2 Aspek – aspek Persepsi

Menurut Fadilah & Ridho (2013:48), aspek – aspek dari persepsi adalah:

1) Seleksi

Merupakan proses dimana konsumen memilih stimulus yang akan diterima oleh panca inderanya berdasarkan kebutuhan yang dipengaruhi oleh masa lalu dan kebutuhan yang menjadi motivasinya.

2) Organisasi

Merupakan proses dimana konsumen mengumpulkan, atau mengkategorikan kelompok–kelompok stimulus yang ada menjadi satu kesatuan yang utuh secara menyeluruh.

3) Interpretasi

Terjadi ketika seseorang memberikan makna terhadap masukan informasi yang dipengaruhi oleh faktor karakteristik individu, stimulus, situasional, dan bagaimana informasi tersebut ditampilkan. Kedekatan interpretasi seseorang atau konsumen dengan realitas dipengaruhi oleh harapan dan motif dari konsumen tersebut.

2.3 Pengertian Jasa

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2008:6), Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2004:6) , Jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:569), Jasa adalah perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain, Negara , instansi, dan lain sebagainya.

2.4 Pengertian Fasilitas

Menurut Sofyan, dkk. (2013:3), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Menurut Kotler dalam Sofyan, dkk. (2013:3), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Menurut Lupioadi dalam Sofyan, dkk. (2013:3), Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda , perlengkapan, uang , ruang dan tempat kerja.

2.5 Pengertian Perpustakaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:1121), Perpustakaan adalah tempat, gedung, ruang yang disediakan untuk pemeliharaan dan penggunaan koleksi buku, majalah, dan bahan kepustakaan lain yang disimpan untuk dibaca, dipelajari, dan dibicarakan.

Sedangkan menurut Bafadal (2005:3), Perpustakaan adalah suatu unit kerja dari suatu badan atau lembaga tertentu yang mengelola bahan-bahan pustaka, baik berupa buku-buku maupun bukan berupa buku (*nonbook material*) yang diatur secara sistematis menurut aturan tertentu sehingga dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh setiap pemakainya.

2.6 Ciri – ciri perpustakaan

Menurut Bafadal (2005:2), ciri-ciri perpustakaan meliputi :

- a) Perpustakaan itu merupakan suatu unit kerja. Adanya perpustakaan tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan unit kerja dari suatu badan atau lembaga tertentu.
- b) Perpustakaan mengelola sejumlah bahan pustaka. Di perpustakaan disediakan sejumlah bahan pustaka.

Bahan pustaka bukan hanya berupa buku–buku, tetapi juga bukan berupa buku (*nonbook material*) seperti majalah, surat kabar, brosur, micro film, peta, globe, gambar–gambar.

- c) Perpustakaan harus digunakan oleh pemakai. Tujuan pengelolaan atau pengaturan bahan–bahan pustaka tidak lain adalah agar dapat digunakan dengan sebaik–baiknya oleh pemakainya.
- d) Perpustakaan sebagai sumber informasi. Perpustakaan tidak hanya sebagai tumpukan buku tanpa ada gunanya, tetapi secara prinsip, perpustakaan harus dapat dijadikan atau berfungsi sebagai sumber informasi bagi setiap yang membutuhkannya.

2.7 Pengertian Layanan Perpustakaan

Menurut Rubianti dalam Rossela (2010:27), Layanan Perpustakaan adalah seluruh kegiatan penyampaian bantuan kepada pemakai melalui berbagai fasilitas, aturan, dan cara tertentu pada sebuah perpustakaan agar seluruh koleksi perpustakaan dimanfaatkan semaksimal mungkin.

Menurut Pudjiastono dalam Rossela (2010:27), Layanan Perpustakaan adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk menyiapkan segala sarana (fisik dan non fisik) bagi mempermudah perolehan informasi/bahan pustaka yang dibutuhkan pemakai perpustakaan.