

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dalam menghadapi dunia kerja di masa sekarang, tentu pelamar semakin menemui pesaing yang lebih banyak dan juga lebih berkompeten. Berkompeten dalam hal ini bisa dalam contoh lulusan universitas negeri bergengsi, Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang tinggi, serta hal menunjang lainnya untuk bersaing di dunia kerja. Hal ini menyebabkan mau tidak mau para pelamar harus semakin meningkatkan kualitas diri masing-masing agar mempunyai “daya jual” yang lebih dalam suatu perusahaan.

Salah satu hal yang tentu dibutuhkan oleh para pelamar yaitu *soft skill*. *Soft skill* bisa terdiri dari kecakapan dalam bekerja, menguasai bidang-bidang perkantoran, serta yang paling utama adalah memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Komunikasi disini dalam arti bilingual, yaitu dapat berbahasa selain bahasa Ibu (Bahasa Indonesia). Seperti kita ketahui juga, salah satu bahasa Internasional sekaligus bahasa pemersatu antar umat manusia di dunia ialah Bahasa Inggris. Dewasa ini sudah banyak kalangan masyarakat yang bisa menggunakan bahasa Inggris dengan baik. Namun, yang diperlukan ialah keahlian yang bagus dalam berbahasa asing itu sendiri.

Dalam meningkatkan atau melatih bahasa Inggris, dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengikuti kursus bahasa asing tersebut.

Salah satu lembaga bahasa di kota Palembang yang menyediakan pelayanan jasa kursus bahasa Inggris adalah *Global English Language Center* (GELC) Palembang. *Global English Language Center* (GELC) Palembang yang beralamat di Jl. Demang Lebar Daun No. 2564 ini telah berdiri sejak tanggal 14 Februari 2008. Selain itu *Global English Language Center* (GELC) Palembang juga tetap menjadi satu-satunya lembaga kursus bahasa Inggris yang mempunyai *English Atmosphere* di dalam lingkungannya dengan membiasakan seluruh siswa beserta karyawannya menggunakan bahasa Inggris dalam percakapan

selama berada di lingkungan *Global English Language Center (GELC)* Palembang.

*Global English Language Center (GELC)* Palembang membagi level menjadi tiga, antara lain: *General Conversation (GC)* 1 dan 2 yang bisa diikuti oleh calon siswa pemula dan pada level ini memang hanya menekankan pada kemampuan membaca serta berbicara, kemudian ada *English Conversation (EC)* 3 dan 4 yang materinya berpusat pada kemampuan berbicara dan berargumen di hadapan masyarakat, serta level terakhir adalah *Advanced Conversation (AC)* 5 dan 6 yang fokus pada *grammar* serta *public speaking*. Sebagai tambahan, *Global English Language Center (GELC)* Palembang menyediakan berbagai kegiatan di luar kelas yang dapat membantuk siswa dalam melatih dan mengembangkan kemampuan berbahasa Inggrisnya seperti *grammar class*, *learning centre*, *daily meeting*, *module class*, *make up class*, *expressive Friday*, *moving class*, dan *mobile class*.

Dalam memasarkan produk jasa dari *Global English Language Center (GELC)* Palembang tentu saja dibutuhkan strategi yang tepat sasaran dan dapat memilih serta menentukan segmentasi pasar yang tepat. Berdasarkan pengamatan penulis, penulis melihat bahwa bauran pemasaran jasa yang digunakan oleh *Global English Language Center (GELC)* Palembang adalah *word of mouth*. *Word of mouth* itu sendiri dapat berasal dari lingkungan sekitar calon siswa, yang mana mengarah kepada kelompok acuan. Berdasarkan wawancara pendahuluan yang telah dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 12 siswa aktif dari *Global English Language Center (GELC)* Palembang, 9 dari mereka menyatakan bahwa alasan mereka memilih *Global English Language Center (GELC)* Palembang adalah karena ajakan dari teman (baik di lingkungan sekolah maupun kerja), dan 3 siswa lainnya menyatakan bahwa mereka memilih *Global English Language Center (GELC)* Palembang berdasarkan sugesti dari orang tua mereka.

Maka dari itu, penulis merasa perlu untuk menggali lebih dalam lagi seberapa besar pengaruh kelompok acuan yang secara tidak langsung berperan dalam menjual jasa. Kelompok acuan seperti dikatakan oleh Solomon dalam

Prasetijo dan Ihalauw (2005:151) kelompok acuan adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi, atau dalam berperilaku. Hal ini berarti calon konsumen membutuhkan atau informasi pendahuluan mengenai suatu produk tertentu sebelum menggukakannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul dalam laporan ini, yaitu **“Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Siswa *General Conversation* Memilih *Global English Language Center (GELC) Palembang*”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, masalah yang akan diangkat dalam laporan akhir ini adalah **“Bagaimana pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan siswa *General Conversation* memilih *Global English Language Center (GELC) Palembang*?”**

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi permasalahan hanya kepada pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan siswa *General Conversation* memilih *Global English Language Center (GELC) Palembang*.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan siswa *General Conversation* memilih *Global English Language Center (GELC) Palembang*.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat penulis melakukan penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis
  - a. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis khususnya pada mata kuliah perilaku konsumen.
  - b. Memberikan pembelajaran mengenai pengaruh kelompok acuan dalam meningkatkan minat konsumen menggunakan jasa.
2. Bagi *Global English Language Center (GELC)*

Adapun manfaat penulisan laporan ini bagi perusahaan dialah sebagai referensi perusahaan dalam mengetahui besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan belajar siswa level 1 dan level 2 di *Global English Language Center (GELC)* Palembang.

3. Bagi Akademis

Adapun tujuan penulisan laporan akhir ini bagi akademis adalah sebagai bahan literatur bagi mahasiswa yang mencari informasi khususnya dalam mata kuliah Perilaku Konsumen.

## **1.5 Metodologi Penulisan**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penulisan**

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada siswa level 1 dan 2 *General Conversation (GC)* pada *Global English Language Center (GELC)* Palembang.

### **1.5.2 Variabel Penelitian**

Dalam kelompok acuan, terdapat dua jenis kelompok yang mempengaruhi keputusan konsumen, yakni dibagi dalam kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok yang termasuk dalam kategori tersebut telah dijelaskan oleh Prasetijo dan Ihalauw (2005:153-155) berikut ini yang juga dijadikan sebagai variabel dalam penelitian ini, antara lain:

### 1. Keluarga dan Sanak keluarga ( $X_1$ )

Keluarga dan sanak keluarga, terutama dalam budaya yang cenderung kolektif (bukan individualis) sangat menentukan perilaku pilihan produk dan aktivitas pembelian. Dari keluarganyalah konsumen belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen kelak di kemudian hari.

Menurut Fadila dan Ridho (2013:172) keluarga dapat didefinisikan sebagai sekelompok individu yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berhubungan darah, menikah atau melakukan proses adopsi yang tinggal bersama.

### 2. Teman ( $X_2$ )

Dalam beretman orang memiliki suatu bentuk komitmen yang sama-sama dimengerti oleh orang-orang dalam kelompok teman tersebut. Komitmen itu bisa juga terjadi atas dasar kesamaan dalam beberapa hal, seperti minat, tujuan, kebutuhan dan lain sebagainya. Karena komitmen itulah, maka orang selalu berusaha untuk berlangganan di kafe tertentu, misalnya. Demikian pula dengan pilihan produk-produk yang lain, mereka cenderung untuk tidak dikatakan berbeda atau aneh.

### 3. Kelompok Kerja ( $X_3$ )

Kelompok kerja menentukan juga pilihan produk. Itulah sebabnya mengapa *Nescafe* membuat *setting* iklannya di tempat kerja, di mana orang yang tidak mengkonsumsi *Nescafe* menjadi korban cemooh dari para rekan sekerjanya.

### 4. Keputusan Siswa Memilih (Y)

Menurut Fadhila dan Ridho (2013:122-123), sebelum konsumen melakukan pembelian konsumen terlibat dalam proses pengambilan keputusan, meliputi lima (5) tahap sebagai berikut: Pengelanaan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan hasil.

Ada tiga (3) proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan dengan pemecahan masalah yang diperluas (*extended search decisions*). Yang merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan biaya, resiko dan waktu dan upaya yang lama dalam proses pencarian informasi serta produk atau merek yang sulit untuk dicari substitusi (pengganti) nya.
- b. Proses pengembalian (*limited search decisions*). Yang merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan upaya pencarian, walaupun konsumen dapat dengan mudah mencari penggantinya, dan produk merupakan *shopping goods*.
- c. Proses pengambilan keputusan yang merupakan kebiasaan atau rutin (*habitual or routine decisions*). Yang merupakan proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk-produk rutin atau harian yang biasanya sulit untuk dipengaruhi atau dirubah. Pengambilan keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memilih alternatif diantara alternatif-alternatif pilihan yang ada, berdasarkan informasi yang diperoleh dari sumber internal maupun eksternal, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan serta mencapai keputusan dari pemenuhan kebutuhan keinginan tersebut.

Tipe proses pengambilan keputusan ini dibedakan utamanya berdasarkan tingkat keterlibatan dan pencarian konsumen, karena kedua hal inilah yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam rangka melakukan pembelian.

### 1.5.3 Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

#### 1. Data Primer

Yakni data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti dan data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara yang diperoleh secara langsung dari pemilik, serta staff *Global English Language Center* (GELC) Palembang, hasil kuesioner dari responden yakni dari siswa *Global English Language Center* (GELC) Palembang.

#### 2. Data Sekunder

Yakni data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Adapun Data Sekunder yang peneliti peroleh yaitu: dokumen-dokumen yang diperoleh dari perusahaan dan sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang akan diteliti.

### 1.5.4 Metode Pengambilan Data

Pada penulisan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, metode-metode tersebut diantaranya:

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan penelitian langsung pada perusahaan. Dalam hal ini penulis melakukan metode riset lapangan sebagai berikut:

##### a. Kuesioner

Menurut Suliyanto (2006:140) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada siswa *General Conversation* (GC) di *Global English Language Center* (GELC).

#### b. Observasi

Menurut Suliyanto (2006:139) observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindra, jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan.

Menurut Setiawan (2012:80) observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

#### 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan teori yang relevan dengan penelitian ini, serta informasi-informasi atau keterangan tertulis lainnya yang dapat membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Teori yang digunakan penulis adalah teori perilaku konsumen mengenai kelompok acuan.

### 1.5.5 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan teorinya, Sugiyono menyebutkan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Pada populasi dalam penelitian ini, siswa aktif yang terdaftar bimbingan belajar di *Global English Language Center (GELC)*

Palembang pada Level 1 dan Level 2 *General Conversation* (GC) yang seluruhnya berjumlah 245 siswa.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Jadi, karena populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Untuk mencari jumlah sampel, maka penulis menggunakan rumus Slovin.

Menurut Umar dalam Setiawan (2012:17), yaitu:

$$n = \frac{n}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan (10%)

Dari jumlah populasi yang telah ditetnukan sebelumnya, maka dapat diambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{245}{1+245(0,1)^2}$$

$$n = \frac{245}{3,45}$$

n = 71,01 responden

Jadi,  $n = 71$  responden (pembulatan ke bawah)

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Probability Sampling* (sampel probabilita). Menurut Suliyanto (2006:113) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan (probabilitas) untuk dijadikan sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan oleh penulis adalah *simple random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel. Yang dilakukan secara acak dan tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam *simple random sampling*, populasi yang telah terpilih menjadi sampling tidak dikembalikan lagi ke populasi itu (dianggap homogen).

### 1.5.6 Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Suliyanto (2006:146) Validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Validitas instrumen harus mengandung dua hal, faktor ketepatan dan faktor kecermatan.

Menurut Suliyanto (2006:149) keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, yang bisa dilakukan dengan beberapa cara:

- a. Jika koefisien korelasi product moment melebihi 0,3
- b. Jika koefisien korelasi produkct moment  $r$ -tabel ( $r$  ;  $n-2$ ) = jumlah sampel
- c. Nilai Sig.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Suliyanto (2006:149) pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

## 3. Uji T

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian hipotesa antara 2 (dua) variabel antara kedua variabel tersebut.

Menurut Santoso (2013:249) dasar pengambilan keputusan pada uji t adalah berdasar dari perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  sebagai berikut:

- a. Jika statistic hitung (angka t output)  $>$  statistic tabel (tabel t), maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika statistic hitung (angka t output)  $<$  statistik tabel (tabel t), maka  $H_0$  diterima..

## 4. Uji F

Menurut Santoso (2013:277), uji F atau ANOVA digunakan untuk pengujian lebih dari dua sampel. Sedangkan esensi dari pengujian adalah sama, yakni ingin mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan (jelas) antara rata-rata hitung beberapa kelompok data.

Untuk mengetahui hasil sebuah uji hipotesa, apakah  $H_0$  diterima atau ditolak, maka perlu membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 1.5.7 Analisis Data

Dalam menganalisis atau membahas data yang diperoleh penulis adalah dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

#### 1. Data Kualitatif

Menurut Suliyanto (2006:134) data kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau judgement sehingga tidak berupa angka, melainkan berupa kata atau kalimat. Menurut Yusi dan Idris (2012:5) data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistika semua data harus berbentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formula statistika dapat dipergunakan.

#### 2. Data Kuantitatif

Menurut Suliyanto (2006:135) data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau bilangan. Menurut Yusi dan Idris (2012:4) data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Teknik analisis kuantitatif yang digunakan pada penelitian Laporan Akhir ini adalah menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 11,5 *for windows* yang merupakan program untuk pengolahan data. Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dan Skala Penilaian (*Rating Scale*). Menurut Likert dalam Yusi dan Idris (2009:78) “skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dapat diukur”. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur variabel Y, dalam hal ini adalah keputusan siswa dalam memilih bimbingan belajar *Global English Language Center* (GELC) Palembang. Pengukuran yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Pengukuran Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	CS = Cukup Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Menurut Yusi dan Idris (2009:81) pada skala penilaian, peneliti memberi angka pada suatu kontinum dimana individu atau objek akan ditempatkan. Dalam skala penelitian, responden tidak akan menjawab dari data kualitatif yang sudah tersedia, tetapi menjawab salah satu dari jawaban kuantitatif yang telah disediakan. Dengan demikian bentuk skala penilaian lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja, tetapi juga untuk mengukur persepsi responden terhadap gejala atau fenomena lainnya, skala untuk mengukur kinerja karyawan, kepuasan pelanggan, pola kepemimpinan, produktivitas kerja dan lainnya.”

Skala penilaian ini digunakan untuk mengukur variabel X, dalam hal ini adalah pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan siswa memilih *Global English Language Center (GELC) Palembang*. Adapun skala penilaian yang penulis gunakan sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Pengukuran Skala Keputusan**

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	CS = Cukup Setuju	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Adapun analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Santoso (2013:347) dalam regresi berganda terdapat satu variable dependen dan dua atau lebih variable independen.

Dimana Y adalah variabel terikat,  $X_1$  adalah variabel pertama yang mempengaruhinya,  $X_2$  adalah variabel bebas kedua yang mempengaruhinya,  $X_3$  adalah variabel bebas ketiga yang mempengaruhinya,  $X_n$  adalah variabel bebas ke n yang mempengaruhi variabel terikat dan  $a, b_1, b_2, b_3, + \dots, b_n$  adalah parameter atau koefisien regresi (Yusi dan Idris, 2012:141)". Adapun rumus dari analisis regresi berganda sebagai berikut:

Model analisis regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Siswa

a = Konstanta

$X_1$  = Keluarga dan Sanak Keluarga

$X_2$  = Teman

$X_3$  = Kelompok Kerja

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

e = Varians pengganggu / *error item*