

ABSTRAK

Kesehatan merupakan harta yang paling berharga. Olah kebugaran / fitness memang sudah menjadi sebuah gaya hidup, bahkan sudah merambah kepinggiran kota. Peluang pasar pada bisnis gym dijadikan suatu peluang bagi para pebisnis, banyak pebisnis yang membuka tempat fitness, salah satunya adalah Fire Gym yang berada di daerah Cimahi, didirikan pada bulan Februari 2000, merupakan tempat fitness yang pertama kali berdiri di Cimahi.

Dengan adanya permasalahan ini penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dimensi kualitas jasa terhadap minat kunjungan konsumen di Fire Gym, dapat member masukan terhadap kekurangan – kekurangan yang ada saat ini sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.

Data yang digunakan berasal dari hasil penyebaran kuesioner yang mengacu pada variable dimensi kualitas jasa. Hasil kuesioner ini diuji dengan menggunakan software SPSS.

Dari pengolahan data yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan minat kunjungan konsumen. Untuk melihat kekuatan hubungan secara bersama-sama variabel bebas dengan variabel dependen digunakan koefisien korelasi multiple (R) dan pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat ditunjukkan oleh koefisien determinasi multiple (KD). Diperoleh hasil keeratan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung Konsumen adalah sebesar 0.003 dan hubungan sebesar ini masuk dalam kategori hubungan yang sangat kecil.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penelelitian	1
1.2. Identifikasi masalah	4
1.3. Maksud dan tujuan penelitian	4
1.4. Kegunaan penelitian.. ..	5
1.5. Sistematika pembahasan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian pemasaran	7
2.1.2. Pengertian bauran pemasaran	8
2.2. Jasa	19
2.2.1. Definisi jasa	19

2.2.2. Karakteristik jasa	19
2.2.3. Kualitas, lokasi, dan tata letak fasilitas jasa	20
2.3. Minat beli	25
2.3.1. Pengertian minat beli	25
2.3.2. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen	26
2.3.3. Tahapan minat beli	29
2.3.4. Karakteristik yang mempengaruhi minat beli konsumen	30
2.4. Kerangka pemikiran	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi penelitian dan waktu penelitian	34
3.2. Metodologi penelitian	34
3.2.1. Metode Penelitian	34
3.2.2. Operasional variabel	34
3.3. Sumber data.	40
3.4. Populasi dan sampel	40
3.5. Hipotesis	41
3.6. Teknik pengumpulan data	42
3.7. Metode analisi data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis deskriptif	46
4.1.1. Deskriptif per pertanyaan	46
4.1.2. Deskriptif per variabel	74
4.2. Analisis regresi linear sederhana.....	75
4.2.1 Pengujian hipotesis (uji t)	76
4.2.2. Koefisien regresi dan koefisien determinasi.....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
5.2.1. Saran bagi Fire Gym.....	80
5.2.2. Saran bagi penelitian selanjutnya	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.