

ABSTRAK

Pada jaman sekarang, kebugaran dan bentuk tubuh ideal merupakan kebutuhan pokok manusia. Oleh sebab itu sekarang banyak bermunculan tempat kebugaran yang menawarkan berbagai macam program untuk membentuk tubuh agar lebih ideal sekaligus sehat. Salah satu tempat kebugaran yang buka adalah "*BIV Sweat Club*" yang letaknya di dalam Mall BTC (Bandung Trade Center). Tempat kebugaran ini sudah berumur 2 tahun. Setelah menginjak tahun yang ketiga ini, tempat kebugaran "*BIV Sweat Club*" merasakan adanya permasalahan yang harus secepatnya diatasi. Permasalahan yang dihadapi oleh "*BIV Sweat Club*" ini adalah menurunnya minat *non member* untuk menjadi *member* tetap. Menyikapi permasalahan tersebut, maka "*BIV Sweat Club*" berupaya untuk meningkatkan minat para konsumen untuk menjadi *member*. Penelitian ini dilakukan untuk membantu pihak perusahaan dalam menghadapi masalahnya.

Pengumpulan data-data yang dipergunakan dalam penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terlebih dahulu kepada pihak perusahaan dan juga sebagian kepada konsumen. Gunanya untuk mengetahui masalah utama disesuaikan dengan metode penelitian yang akan dipakai. Setelah ditentukan untuk memakai bauran pemasaran 7P, kemudian didapatkan variabel *manifes* yang digunakan untuk membuat kuesioner awal. Penyebaran kuesioner awal disebarakan yang gunanya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting bagi para konsumen pengguna jasa kebugaran terhadap tempat kebugaran. Untuk kuesioner akhir korespondennya dikhususkan untuk para konsumen "*BIV Sweat Club*" saja, tujuannya untuk mengetahui apakah konsumen "*BIV Sweat Club*" merasa sudah puas terhadap "*BIV Sweat Club*" akan faktor-faktor yang ditanyakan.

Pengolahan data dilakukan dengan analisis faktor kemudian dilanjutkan dengan regresi. Pada pengolahan data dengan regresi didapatkan faktor-faktor yang paling berpengaruh untuk mendorong konsumen "*BIV Sweat Club*" untuk menjadi *member*. Faktor-faktor tersebut adalah kepuasan akan harga yang diberikan oleh "*BIV Sweat Club*" lebih murah dibandingkan tempat lain, kepuasan akan *instruktur* yang terampil dalam mengoperasikan alat-alat *fitness* yang ada, dan kepuasan akan tersedianya *sound system*/musik yang dimainkan sesuai untuk latihan.

Kesimpulan yang diambil oleh penulis adalah faktor harga sangatlah berpengaruh sekali terhadap kepuasan konsumen, keahlian *instruktur* dalam mengoperasikan alat-alat juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan terakhir faktor musik juga berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen pada saat beraktifitas. Saran untuk perusahaan yaitu bisa menyesuaikan harga dengan fasilitas yang ada, merekrut *instruktur* baru dan mentraining para *instruktur* lama, fasilitas musik lebih beraneka ragam jenisnya dan meningkatkan *sound system* agar lebih baik lagi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-1
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.2 Konsep dan Pengertian Jasa.....	2-5
2.2.1 Karakteristik Jasa.....	2-6
2.2.2 Klasifikasi Jasa.....	2-8
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11
2.4 Populasi dan Sampel.....	2-15
2.4.1 Populasi	2-15
2.4.2 Sampel.....	2-15

2.4.3 Teknik Sampling.....	2-15
2.5 Macam-Macam Skala Pengukuran.....	2-17
2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-21
2.6.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-21
2.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-23
2.7 Teknik Analisis <i>Multivariat</i>	2-25
2.7.1 Analisis Faktor.....	2-25
2.7.2 Model Matematis Analisis Faktor.....	2-26
2.7.3 Pengujian Matriks Korelasi : <i>Bartlett's Test Of Sphericity</i>	2-28
2.7.4 KMO.....	2-28
2.7.5 Langkah-Langkah Analisis Faktor.....	2-29
2.8 Multi Regresi Linear.....	2-31
2.8.1 Uji Linearitas Regresi.....	2-32
2.8.2 Uji Signifikansi Regresi Linier.....	2-34
2.8.3 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	2-34

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Langkah-langkah Penelitian.....	3-1
3.2 Studi Pendahuluan	3-4
3.2.1 Studi Lapangan	3-4
3.2.2 Studi Pustaka	3-4
3.2.3 Wawancara	3-4
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.4 Pembatasan masalah dan asumsi.....	3-5
3.5 Merumuskan masalah.....	3-5
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.7 Wawancara Pendahuluan.....	3-7
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian Dengan 7P.....	3-7
3.9 Penentuan Sampel Penelitian Awal.....	3-12
3.10 Pembuatan Kuesioner Penelitian Awal.....	3-13

3.11 Validitas Konstruk.....	3-14
3.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian Awal.....	3-14
3.13 Uji Validitas.....	3-15
3.14 Uji Reliabilitas.....	3-16
3.15 Menentukan Sampel Penelitian Akhir.....	3-16
3.16 Pembuatan kuesioner Penelitian Akhir.....	3-17
3.17 Penyebaran kuesioner penelitian akhir.....	3-17
3.18 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	3-17
3.19 Pengolahan data.....	3-18
3.19.1 Analisis Faktor.....	3-18
3.19.2 Regresi <i>Multivariate</i>	3-19
3.20 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-19
3.21 Kesimpulan dan Saran.....	3-20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-1
4.1.3 Deskripsi Tugas.....	4-2
4.1.4 Fasilitas-fasilitas Yang Ada.....	4-4
4.2 Kuesioner Penelitian.....	4-6
4.3 Pengumpulan Data.....	4-7
4.3.1 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Awal.....	4-7
4.3.2 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Akhir	4-12

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner Awal.....	5-1
5.1.1 Uji Validitas Data Kuesioner Awal.....	5-1
5.1.2 Uji Reliabilitas Data Kuesioner Awal.....	5-4
5.2 Pengujian Untuk Kuesioner Akhir.....	5-5
5.2.1 Uji Reliabilitas Data Kuesioner Akhir	5-5

5.3	Analisis Faktor.....	5-8
5.3.1	Analisis Faktor 6P.....	5-7
5.3.2	Analisis Nilai KMO.....	5-7
5.3.3	Analisis <i>Communalities</i>	5-7
5.3.4	Analisis <i>Total Variance Explained</i>	5-10
5.3.5	Analisis <i>Rotate Component Matrix^a</i>	5-10
5.4	Analisis Hasil Pengolahan Data Dengan Analisis Faktor.....	5-13
5.4.1	Penamaan Faktor – Faktor.....	5-13
5.5	Analisis Multi Regresi Linier	5-20
5.5.1	Analisis Persamaan Multi Regresi Linier.....	5-20
5.5.2	Analisis Pengujian Hipotesis.....	5-22
5.5.3	Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	5-24
5.5.4	Analisis Uji Linieritas.....	5-25
5.6	Saran.....	5-28
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....		6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-2
6.2.1	Saran untuk Perusahaan.....	6-2
6.2.2	Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	6-3
DAFTAR PUSTAKA.....		xv
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Uji Statistik Untuk Pengujian Koefisien Korelasi	2 – 34
2.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	2 – 35
3.1	Peninjauan Komponen 7P	3 – 8
3.2	Penjabaran Variabel <i>Manifes</i>	3 – 10
3.3	Skala Penilaian Kuesioner	3 – 13
4.1	Rangkuman Kuesioner Penelitian	4 – 7
4.2	Jumlah Jawaban Kuesioner Penelitian Awal	4 – 8
4.3	Persentase Jawaban Kuesioner Awal	4 – 9
4.4	Perincian Kuesioner	4 – 11
4.5	Jumlah Jawaban Kuesioner Akhir Untuk Kepentingan	4 – 11
4.6	Jumlah Jawaban Kuesioner Akhir Untuk Kepuasan	4 – 13
5.1	Perhitungan Validitas Kuesioner Awal	5 – 2
5.2	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Awal	5 – 4
5.3	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Akhir Untuk Pilihan Penting	5 – 6
5.4	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Akhir Untuk Pilihan Memuaskan	5 - 7
5.5	Perhitungan Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	5 – 8
5.6	Nilai <i>communalities</i>	5 – 9
5.7	Tabel <i>Total Variance Explained</i>	5 – 11
5.8	Tabel <i>Rotate Component Matrix^a</i>	5 – 12
5.9	Penamaan Faktor-Faktor	5 – 18

Tabel	Judul	Halaman
5.10	Hasil Perhitungan <i>Coefficients</i> Untuk Model ke – 14	5 – 21
5.11	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	5 – 24
5.12	Hasil Perhitungan ANOVA Untuk Model Ke – 14	5 – 26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Skema Langkah-Langkah Penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi <i>"BIV Sweat Club"</i>	4 – 2
5.1	Diagram Kurva Uji Z Korelasi	5 – 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	L1-1
2	Variabel-Variabel Penelitian	L2-1
3	Kuesioner Awal	L3-1
4	Kuesioner Akhir	L4-1
5	Data Kuesioner Awal	L5-1
6	Data Kuesioner Akhir	L6-1
7	Perhitungan Uji Validitas & Reliabilitas	L7-1
8	Perhitungan Analisis Faktor	L8-1
9	Perhitungan Regresi	L9-1
10	Tabel r <i>Product Moment</i>	L10-1