

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

3.1.1. Sejarah dan Perkembangan Lembah Fitness Centre Yogyakarta

Lembah Fitness Centre terletak di Taman Lembah UGM Bulaksumur Yogyakarta dan dibangun diatas tanah seluas 315 m². Lembah Fitness Centre Yogyakarta terletak di lingkungan yang terhitung ramai karena jalan umum yang berada di sekitarnya merupakan tempat yang sering dilalui oleh para mahasiswa yang pada umumnya merupakan mahasiswa UGM dan UNY. Karena tempatnya yang nyaman, sejuk dan mudah dijangkau dengan berbagai alat transportasi, beberapa hal tersebut yang menyebabkan anggota yang terdaftar di Lembah Fitness Centre tidak saja berasal dari Kabupaten Sleman Yogyakarta tetapi juga dari berbagai daerah di luar Kabupaten Sleman.

Lembah Fitness Centre didirikan pada tanggal 8 Agustus 2002. Pertama kali didirikan hanya memiliki lapangan *tennis indoor* saja kemudian dikembangkan dengan membuat sarana latihan fitness dengan berbagai peralatan yang memadai. Direktur atau pemimpin umum Lembah Fitness Centre sampai dengan saat ini adalah Bapak Drs. Mansur, MS yang merupakan staff pengajar di Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta. Lembah Fitness Centre berada satu unit dengan Bahtera Health and Sport Centre yang sama- sama bergerak dalam bidang penyediaan tempat latihan kebugaran atau *fitness centre*.

Bahtera Health and Sport Centre memiliki kantor pusat di Jl. Kenari no.1 Yogyakarta.

Berbagai program latihan yang ditawarkan oleh Lembah Fitness Centre diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para anggotanya sebagai konsumen. Program latihan yang ditawarkan oleh Lembah Fitness Centre, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan tubuh/ *body building*
- b. Penambahan tinggi badan
- c. Penambahan berat badan
- d. Penurunan berat badan.

Dengan didukung peralatan latihan dan berbagai fasilitas pelengkap yang memadai, Lembah Fitness Centre berusaha sebaik mungkin untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat sebagai konsumennya. Peralatan yang dimiliki oleh Lembah Fitness Centre saat ini sudah sesuai dengan program yang ditawarkan dan telah diatur letaknya sesuai urutan program dan agar mudah dalam penggunaannya. Kelengkapan peralatan yang dimiliki antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Butterfly*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot dada dan bagian sayap badan.
2. *Vertical chess press*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot dada bagian atas.
3. *Horizontal chess press*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot dada bagian atas.

4. *Bench press*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot dada bagian bawah.
5. *Pull down*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot bahu dan dada.
6. *Bicep curl*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot lengan atas dan bagian depan.
7. *Tricep extension*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot lengan atas dan belakang.
8. *Shoulder press deltoid*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot bahu.
9. *Inner and outer*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot paha dalam.
10. *Leg press*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot kaki.
11. *Leg extension*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot paha bagian depan.
12. *Leg curl*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot paha bagian belakang.
13. *Leg squat machine*, yaitu alat fitness yang digunakan untuk melatih otot kaki
14. Peralatan *barbell* dan *dumbel* dengan berbagai ukuran berat dan fungsi dari masing-masing alat tersebut.

3.1.2. Motto, Visi, Misi dan Tujuan.

3.1.2.1. Motto Lembah Fitness Centre

“ Kepuasan dan kenyamanan anda dalam berolahraga adalah kebanggaan bagi kami”

3.1.2.2. Visi Lembah Fitness Centre

- a. Menjadi tempat latihan Fitness yang berkualitas dan paling baik di wilayah kabupaten Sleman dan sekitarnya.
- b. Memberikan fasilitas yang mencukupi kebutuhan sarana olah raga masyarakat Yogyakarta pada umumnya.
- c. Menjadi tempat latihan Fitness yang berusaha meningkatkan mutu pelayanan melalui pendidikan dan pelatihan bagi seluruh anggota dan karyawan.
- d. Menjadi tempat bekerja yang nyaman bagi seluruh karyawan.

3.1.2.3. Misi Lembah Fitness Centre Yogyakarta

Menyelenggarakan pelayanan dengan memberikan fasilitas yang mendukung dalam pembinaan anggotanya dan masyarakat yang berminat dalam olahraga body building. Penyelenggaraan tersebut meliputi pelatihan yang terprogram dengan baik dan dengan peralatan yang bermutu sehingga akan terbentuk iklim yang mendukung ke arah prestasi dalam bidang Body Building. Selain itu sesama anggota Lembah Fitness Centre diharapkan untuk menjalin persaudaraan agar tercipta komunitas yang mendukung prestasi.

3.1.2.4. Tujuan Lembah Fitness Centre

Tujuan didirikannya Lembah Fitness Centre adalah :

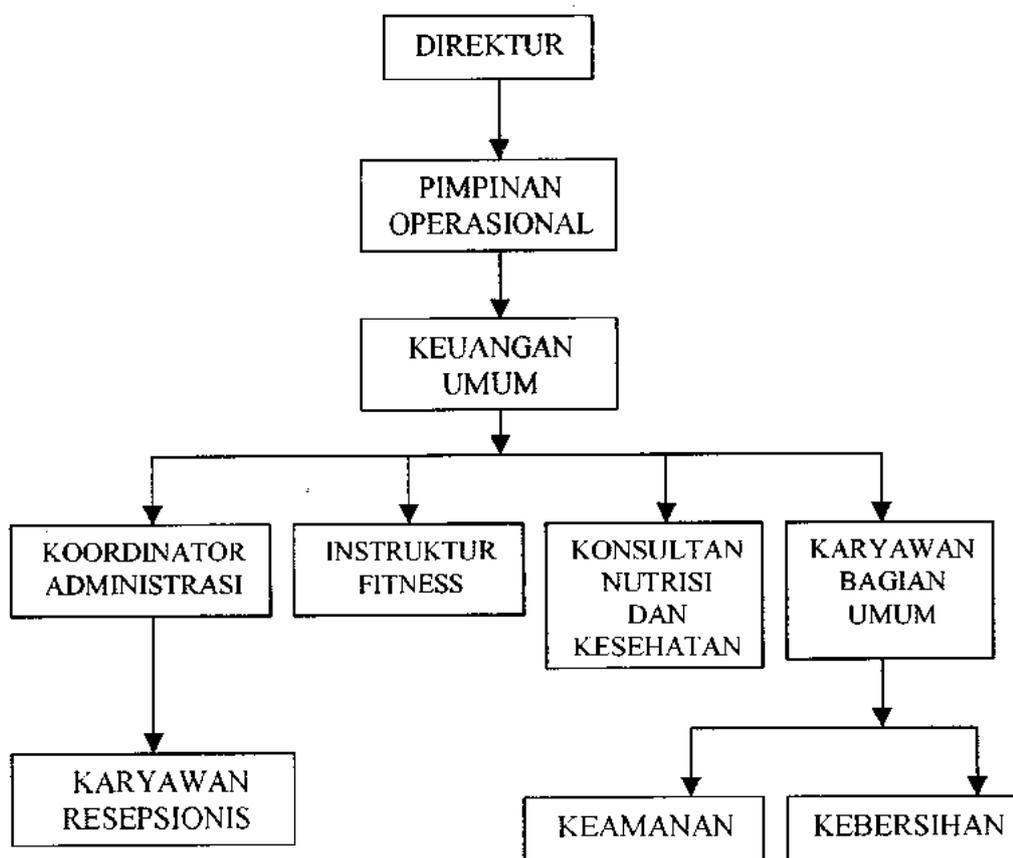
- a. Memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk berolah raga.
- b. Menyalurkan dan membimbing minat dan bakat anggota Lembah Fitness Centre di bidang olah raga angkat berat dan binaraga.
- c. Memberikan pelatihan sesuai dengan program yang diinginkan anggota.
- d. Membangun komunitas yang saling mendukung diantara sesama anggota dan karyawan Lembah Fitness Centre.

3.2. Struktur Organisasi Lembah Fitness Centre

Struktur organisasi perusahaan menggambarkan tata pembagian kerja dan tata hubungan kerja antara organisasi yang disertai tanggung jawab atas pelaksanaan rencana kerja perusahaan. Struktur perusahaan yang satu dengan yang lain tidaklah selalu sama, karena dalam penggunaan struktur organisasi harus disesuaikan dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki perusahaan dan lingkungan yang melingkupinya. Untuk melaksanakan kegiatan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perlu memperhatikan unsur-unsur dalam struktur organisasi yaitu, spesialisasi kegiatan, yang berkenaan dalam spesifikasi tugas-tugas individual dalam kelompok kerja organisasi (pembagian kerja) dan penyatuan tugas-tugas tersebut menjadi satu-satuan kerja (departemenisasi).

Standarisasi kegiatan, merupakan prosedur yang digunakan untuk menjamin terlaksananya kegiatan seperti yang telah direncanakan. Koordinasi kegiatan, merupakan prosedur yang mengintegrasikan fungsi satuan kerja dalam organisasi. Sentralisasi dan desentralisasi pembuatan keputusan ukuran satuan kerja, yang menunjukkan pembuatan keputusan, ukuran satuan kerja, yang menunjukkan jumlah karyawan dalam suatu kelompok kerja.

Gambar 3.1.
Bagan Struktur organisasi Lembah Fitness Centre.



Sumber : Lembah Fitness Centre tahun 2002

Tugas-tugas Personalia Lembah fitness Centre:

1. Direktur

Direktur mempunyai tugas memimpin ,menyusun kebijaksanaan, membina pelaksanaan, mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan kegiatan perusahaan secara umum agar tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pimpinan Operasional

Pimpinan operasional bertugas mengawasi dan menangani aktifitas harian apabila pimpinan umum tidak ada di tempat dan bertanggung jawab terhadap kemajuan dan kemunduran organisasi.

3. Keuangan Umum

Keuangan umum bertugas mengatur anggaran program, dan arus keluar masuknya dana organisasi. Keuangan umum bertanggung jawab pada pimpinan umum. Misalnya penggajian karyawan setiap bulannya.

4. Koordinator Administrasi

Tugas koordinator administrasi adalah mengatur kegiatan administrasi umum, surat menyurat, pendataan inventaris/ peralatan, dan penataan data-data/ arsip informasi organisasi. Koordinator administrasi dibantu oleh karyawan resepsionis yang bertugas menerima tamu yang datang untuk latihan dan juga menerima pendaftaran bagi anggota baru .

5. Instruktur Fitness

Instruktur bertugas memberikan pengarahan dan pengenalan alat serta fungsinya kepada anggota baru agar mengetahui dan melakukan

latihan sesuai dengan program yang diinginkan. Selain itu instruktur juga melakukan pengawasan secara periodik perihal kemajuan hasil latihan para anggota.

6. Konsultan Nutrisi dan Gizi

Konsultan Nutrisi mempunyai tugas yaitu memberikan pelayanan konsultasi mengenai nutrisi dan gizi yang dibutuhkan tubuh sesuai dengan program latihan yang dipilih oleh anggota Lembah Fitness Centre.

7. Karyawan Bagian Umum

Karyawan bagian umum dibagi menjadi dua kelompok yaitu: bagian keamanan dan bagian kebersihan. Setiap bagian mempunyai tugas masing masing. Bagian keamanan menjaga keamanan baik di dalam ruang latihan maupun di luar ruang termasuk keamanan tempat parkir. Sedangkan bagian kebersihan bertugas membersihkan lingkungan luar ruang meliputi halaman dan taman serta lingkungan dalam ruang latihan yaitu membersihkan karpet, kaca, jendela, kamar mandi dan peralatan fitness agar menjadi bersih dan sehat.

3.3. Personalia

3.3.1. Jumlah karyawan

Jumlah karyawan yang bekerja di Lembah Fitness Centre saat ini berjumlah 15 orang. Setiap karyawan mempunyai tugas dan wewenang yang berbeda sesuai dengan pekerjaannya masing masing.

3.3.2. Gaji karyawan

Gaji yang diberikan kepada semua karyawan disesuaikan berdasarkan jabatan yang dimiliki karyawan. Jenis gaji yang diberikan kepada karyawan berupa gaji pokok, tunjangan jabatan, dan bonus.

3.3.3. Jam kerja karyawan

Setiap hari karyawan bekerja selama 7 jam termasuk dengan jam istirahat. Pembagian jam kerja karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Bekerja dari jam 07.30 – 14.30 untuk shift pertama
- b. Bekerja dari jam 14.00 – 21.00 untuk shift kedua

3.3.4. Fasilitas yang diberikan kepada karyawan

Berbagai fasilitas diberikan kepada para karyawan untuk peningkatan kesejahteraan serta menjadikan karyawan agar loyal terhadap perusahaan dan pimpinannya. Jika para karyawan sudah loyal terhadap perusahaan dan pimpinannya maka produktifitas dan kelancaran operasi perusahaan dapat terus ditingkatkan. Macam- macam fasilitas umum yang diberikan kepada karyawan adalah: asuransi dan jaminan kesehatan, cuti karyawan maksimal 10 hari per tahun, dan rekreasi bersama-sama.

3.4. Promosi

Untuk menarik konsumen, Lembah Fitness Centre melakukan kegiatan promosi seperti: pemasangan spanduk di jalan-jalan besar, iklan di media cetak, mengadakan event event olahraga, dan bekerjasama dengan pihak pihak lainnya. Kegiatan promosi selain bertujuan mengenalkan dan memberitahukan keberadaan

Lembah Fitness Centre sebagai tempat berolahraga, juga dapat membantu memberikan dorongan kepada mereka untuk menjadi anggota di Lembah Fitness Centre.

3.5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk atribut atau obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,1999). Definisi operasional variabel menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran yang lebih baik (Nur Indriantoro, 1999).

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sikap konsumen. Untuk menghindari perbedaan penafsiran tentang masalah ini, maka diperlukan definisi operasional tentang sikap konsumen yaitu sikap konsumen terhadap atribut Lembah *Fitness Centre* Yogyakarta. Sikap konsumen tersebut berbentuk kesan baik atau kesan tidak baik terhadap atribut: lokasi, kelengkapan alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan, dan kemampuan instruktur Lembah Fitness Centre Yogyakarta.

- a. Lokasi adalah perilaku responden terhadap letak/ tempat kebugaran dengan kemudahan transportasi menuju/ pulang dari tempat kebugaran.
- b. Desain tempat adalah perilaku responden terhadap penataan ruang atau desain tempat latihan kebugaran, dan penataan fasilitas pendukung yang disediakan.

- c. Kemampuan instruktur adalah perilaku responden terhadap kemampuan sumber daya manusia yaitu meliputi keahlian dan kemampuan yang dimiliki oleh para instruktur.
- d. Pelayanan konsultasi dan kesehatan adalah perilaku responden terhadap mutu pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan yang diberikan oleh pihak pusat kebugaran kepada anggotanya.
- e. Kelengkapan alat olahraga adalah perilaku responden terhadap berbagai macam alat yang disediakan pusat kebugaran untuk digunakan berolahraga.

Pada penelitian ini, sikap konsumen terhadap atribut Lembah fitness Centre ditunjukkan oleh tinggi rendahnya skor jawaban responden terhadap kuesioner yang disampaikan kepada responden penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, penghasilan dan waktu olahraga.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Data yang Diperlukan

Dalam penelitian penelitian ini ada dua macam data yang diperlukan, yaitu : data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertamakali oleh peneliti (Marzuki, 1985:55). Data primer penelitian ini meliputi sikap konsumen terhadap atribut lokasi, kelengkapan alat olahraga, desain

tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan, dan kemampuan instruktur Lembah Fitness Centre Yogyakarta yang diambil melalui kuesioner.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literature, majalah ilmiah, dan sumber lain yang berhubungan dengan permasalahan dan mendukung data primer. Data sekunder penelitian ini meliputi sejarah dan perkembangan, motto, visi, misi, dan tujuan, struktur organisasi, personalia, dan promosi yang dilakukan Lembah Fitness Centre Yogyakarta.

3.6.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Angket

Yaitu memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun kisi-kisi angket sikap konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Kisi-kisi angket Sikap Konsumen Terhadap Atribut Lembah Fitness Centre Yogyakarta.

Variabel	Indikator	Item
Sikap Konsumen Terhadap Atribut Lembah Fitness	1. Lokasi	1, 2, 3
	2. Kelengkapan alat	4, 5, 6, 7
	3. Desain tempat	8, 9, 10, 11

Centre	4. Pelayanan konsultasi	12, 13, 14
	5. Kemampuan instruktur	15, 16, 17, 18

Indikator dari kisi kisi angket dikembangkan berdasarkan teori motif langganan yang terdiri dari:

- 1). Lokasi penjualan yang strategis, pelayanan yang baik, tempat persediaan yang mudah dicapai, tidak ramai.
- 2). Harga
- 3). Penggolongan barang
- 4). Servis yang ditawarkan
- 5). Toko yang menarik
- 6). Kemampuan tenaga penjual

(Basu Swasta, 1997:122)

b. Metode Observasi

Yaitu cara pengumpulan data dengan jalan mengamati dan mencatat secara langsung pada proyek yang diteliti

c. Metode Interview

Yaitu mengadakan wawancara dengan kepada pihak-pihak yang dapat memberikan keterangan yang diperlukan.

3.6.3 Metode Pengambilan Sampel.

a. Populasi

“Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu” (Nur Indriantoro

dan Bambang Supomo, 1999:115). Populasi dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan anggota atau konsumen yang mengikuti program kebugaran di Lembah Fitness Centre, Bulaksumur, Yogyakarta. Sampai dengan bulan Desember 2003 secara keseluruhan jumlah anggota Lembah Fitness Centre yang aktif yaitu dengan jumlah minimal kedatangan sekali setiap bulan adalah 500 orang.

b. Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan elemen-elemen yang dimasukan dalam sampel didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1999: 73). Menurut Suharsimi Arikunto (1991) apabila subyek penelitian berjumlah kurang dari 100 lebih baik diambil semuasehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya apabila subyek penelitiannya besar, maka dapat diambil antara 10% - 15% atau 20%- 25% atau lebih tergantung pada kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu tenaga dan dana; sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data; besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Dalam penelitian ini sampel yang ditetapkan sejumlah 20% dari populasi yaitu sebanyak

100 orang responden. Pengambilan sampel ditetapkan dengan teknik *incidental sampling* yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada anggota Lembah Fitness Centre Yogyakarta yang ditemui oleh peneliti selama 3 (tiga) bulan penelitian pada hari-hari ramai kunjungan yaitu senin dan rabu.

3.7. Teknik Analisis

Metode Analisis Data

a. Analisa kualitatif

Analisa yang didasarkan pada data yang diperoleh dari para responden dan dinyatakan dalam tabel deskriptif berdasarkan variabel yang diteliti.

b. Analisa kuantitatif

Yaitu model analisis berdasarkan atas hasil statistik atau perhitungan angka-angka untuk keperluan ini serangkaian rumus sebagai berikut :

1. Metode Fishbein

Formulasi Fishbein merupakan model atribut yang menggambarkan rancangan berharga untuk memeriksa hubungan antara pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen dan sikap terhadap produk berkenaan dengan ciri atau atribut produk secara simbolis, rumus tersebut dapat dieksplicitkan sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Keterangan:

Ao = Sikap terhadap obyek

bi = Kekuatan kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut i

n = Jumlah atribut yang menonjol

ei = evaluasi mengenai atribut i

(Engel Blackwell, 1994: 348)

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur yaitu dengan menghitung koefisien korelasi dengan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah :

$$r_w = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r_w = koefisien korelasi antar skor butir (X) dengan skor variabel (Y)

N = jumlah responden yang diuji coba

$\sum X$ = jumlah skor butir X

$\sum Y$ = jumlah skor variabel (Y)

$\sum X^2$ = jumlah skor butir (X) kuadrat

Untuk memenuhi kriteria sebagai instrumen penelitian yang valid dan reliabel, kuisioner yang dibagikan dalam penelitian ini diuji validitas (kesahihan) dan reliabilitasnya (keandalan) dengan menggunakan *statistical software* SPSS Release 11.5 dengan tingkat signifikansi 0,05. Pengujian

validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada responden sebanyak 30 responden (tahap pra survei).

Jumlah butir kuisiner adalah 18 yang merupakan pengembangan dari 5 konstruk atau atribut pada dua komponen pengukuran sikap (*belief* dan *evaluation*). Suatu butir pernyataan akan dikatakan *valid* apabila nilai korelasi masing-masing skor butir dengan jumlah skor variabel signifikan. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.2 dan 3.3 berikut ini:

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Pada
Konstruk Komponen Pengukuran Belief

Variabel dan Butir Pertanyaan	Skor Korelasi	Keterangan
Variabel Lokasi		
Butir_1	0,860**	Valid
Butir_2	0,864**	Valid
Butir_3	0,911**	Valid
Variabel Alat		
Butir_1	0,748**	Valid
Butir_2	0,738**	Valid
Butir_3	0,813**	Valid
Butir_4	0,798**	Valid
Variabel Desain Tempat		
Butir_1	0,903**	Valid
Butir_2	0,876**	Valid
Butir_3	0,682**	Valid
Butir_4	0,898**	Valid
Variabel Konsultasi		
Butir_1	0,884**	Valid
Butir_2	0,900**	Valid
Butir_3	0,871**	Valid
Variabel Instruktur		
Butir_1	0,698**	Valid
Butir_2	0,761**	Valid
Butir_3	0,856**	Valid
Butir_4	0,794**	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

** : Signifikan pada level 5% (*two tail test*)

Tabel 3.3
 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Pada
 Konstruk Komponen Pengukuran Evaluation

Variabel dan Butir Pertanyaan	Skor Korelasi	Keterangan
Variabel Lokasi		
Butir_1	0,897**	Valid
Butir_2	0,847**	Valid
Butir_3	0,839**	Valid
Variabel Alat		
Butir_1	0,715**	Valid
Butir_2	0,822**	Valid
Butir_3	0,686**	Valid
Butir_4	0,774**	Valid
Variabel Desain Tempat		
Butir_1	0,621**	Valid
Butir_2	0,785**	Valid
Butir_3	0,809**	Valid
Butir_4	0,651**	Valid
Variabel Konsultasi		
Butir_1	0,724**	Valid
Butir_2	0,888**	Valid
Butir_3	0,838**	Valid
Variabel Instruktur		
Butir_1	0,620**	Valid
Butir_2	0,738**	Valid
Butir_3	0,713**	Valid
Butir_4	0,735**	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Hasil uji validitas pada Tabel 3.2 dan Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa keseluruhan butir pernyataan pada lima variabel atau konstruk pada masing-masing komponen pengukuran (*belief* dan *evaluation*) yang ada dalam penelitian mempunyai nilai korelasi masing-masing skor butir dengan jumlah skor variabel signifikan, sehingga keseluruhan butir pernyataan tersebut *valid* atau sah.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan dari kuisioner digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini diukur melalui koefisien *alpha* (*Cronbach alpha*). Suatu variabel akan dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha cronbach*-nya positif dan lebih besar dari 0,6 (Rangkuti, 2002:77).

Rumusny adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana ;

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Sebagai tolok ukur tinggi rendahnya reliabilitas instrumen dapat dikonsultasikan dengan pedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.4. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Kuesioner	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah

0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 1999:183)

Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing konstruk atau variabel pada masing-masing komponen pengukuran sikap (*belief* dan *evaluation*) secara singkat dapat ditunjukkan dalam: Tabel 3.5 dan Tabel 3.6 berikut:

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Belief

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Lokasi	0,8498	Reliabel
Alat	0,7650	Reliabel
Desain Tempat	0,8650	Reliabel
Konsultasi	0,8586	Reliabel
Instruktur	0,7818	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2004)

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Evaluation

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Lokasi	0,8219	Reliabel
Alat	0,7337	Reliabel
Desain Tempat	0,6812	Reliabel
Konsultasi	0,7488	Reliabel
Instruktur	0,6547	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2004)

Hasil uji reliabilitas dalam Tabel 3.5 dan Tabel 3.6 di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang terdiri dari lokasi, kelengkapan alat, desain tempat, pelayanan konsultasi dan kemampuan instruktur pada dua komponen pengukuran sikap (*belief* dan *evaluation*) adalah reliabel.

BAB IV ANALISIS DATA

4.1. Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini akan disusun berdasarkan hasil jawaban dari pertanyaan umum dari kuesioner yang telah diisi oleh responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan waktu atau jam olahraga responden. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden. Dari kuesioner tersebut akan diketahui data karakteristik responden yang dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

Dari data Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa prosentase responden berdasarkan jenis kelamin untuk laki-laki berjumlah 72 orang atau sebanyak 72% adalah lebih besar jika dibandingkan dengan responden perempuan yang berjumlah 28 orang atau sebanyak 28%. Hal ini berarti bahwa kebanyakan konsumen Lembah Fitness Centre Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena kecenderungan laki-laki yang lebih punya orientasi lebih besar dalam menjaga *performance* dan kondisi tubuhnya jika dibandingkan perempuan.

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Responden

No	Profil Responden	Jumlah	
		Responden	Prosentase
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	72	72
	Perempuan	28	28
2.	Umur		
	Kurang dari 20 Tahun	22	22
	20-29 Tahun	62	62
	30-39 Tahun	10	10
	Lebih dari 40 Tahun	6	6
3.	Pendidikan		
	SLTP	5	5
	SMU	55	55
	Diploma	17	17
	Sarjana	23	23
4.	Pekerjaan		
	Pegawai Negeri/Swasta	16	16
	Wiraswasta	29	29
	TNI/POLRI	3	3
	Pelajar/Mahasiswa	52	52
5.	Penghasilan/Uang Saku		
	Kurang dari Rp.100.000	3	3
	Rp.100.000-Rp.500.000	51	51
	Rp.501.000-Rp.1.000.000	24	24
	Lebih dari Rp.1.000.000	22	22
6.	Waktu Olahraga		
	Pagi	15	15
	Siang	23	23
	Sore	54	54
	Malam	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Berdasarkan Tabel 4.1 juga dapat diketahui sebagian besar responden adalah berusia antara 20-29 tahun yaitu sebanyak 62 orang atau sebesar 62%, diikuti responden dengan usia kurang dari 40 tahun yaitu sebanyak 22 orang atau

sebesar 26%, kemudian diikuti responden dengan usia antara 30-39 tahun yaitu sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, dan paling sedikit adalah responden dengan usia lebih dari 40 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 14%. Ini dikarenakan pada usia 20-29 tahun adalah usia orang yang relatif bersemangat untuk menjaga bahkan membentuk tubuh yang atletis yang merupakan tujuan dari konsumsi olahraga fitness.

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui sebagian besar responden adalah berpendidikan akhir SMU yaitu sebanyak 55 orang atau sebesar 55%, diikuti responden dengan pendidikan Sarjana yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 23%, pendidikan Diploma sebanyak 17 orang atau 17% dan paling sedikit adalah responden dengan pendidikan SLTP yaitu 5 orang atau sebesar 5%.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui sebagian responden adalah memiliki pekerjaan atau status sebagai Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, diikuti responden dengan pekerjaan sebagai Wiraswasta yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 29%, responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri/Swasa sebanyak 16 orang atau 16% dan paling sedikit adalah responden dengan pekerjaan TNI/POLRI yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3%.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah berpenghasilan atau mempunyai uang saku antara Rp.100.000-Rp.500.000 per bulan yaitu sebanyak 51 orang atau sebesar 51%, diikuti responden dengan penghasilan Rp.501.000-Rp.1.000.000 per bulan yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 24%, responden dengan penghasilan atau uang saku lebih

dari Rp.1.000.000 sebesar 22 orang atau 22% dan paling sedikit adalah responden dengan penghasilan kurang dari Rp.100.000 per bulan yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3%.

Sedangkan berdasarkan waktu olahraga yang digunakan oleh responden, sebagian besar responden menggunakan waktu sore hari sebagai pilihan waktu untuk berolahraga dengan jumlah responden sebesar 54 orang atau 54%, yang kemudian diikuti oleh responden yang menggunakan waktu siang hari sebesar 23 orang atau 23%, pagi hari sebesar 15 orang atau 15% dan yang paling sedikit adalah responden yang menggunakan waktu malam hari sebagai pilihan waktu olahraga sebesar 8 orang atau 8%.

4.2. Pengujian Hipotesis

Pada rumusan masalah yang diajukan pada awal bab, peneliti mengajukan dua rumusan masalah, **pertama**, bagaimana sikap konsumen terhadap Lembah Fitness Centre Yogyakarta berdasarkan atribut-atribut jasa fitness yang terdiri dari: lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur, **kedua**, atribut apa yang paling dominan dan dinilai paling tinggi oleh konsumen. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti membuat formulasi hipotesis sekaligus sebagai jawaban sementara, yaitu bahwa sikap konsumen terhadap Lembah Fitness Centre Yogyakarta adalah positif dan atribut desain adalah atribut yang dominan dan dinilai paling tinggi oleh konsumen. Untuk membuktikan kedua hipotesis tersebut.

maka peneliti menggunakan analisis model sikap Fishbein. Model sikap Fishbein pada prinsipnya akan menghitung *Ao (Attitude toward the object)* yaitu sikap seseorang terhadap sebuah (atau beberapa objek) yang dikenali lewat beberapa atribut yang melekat pada objek tersebut (Santoso, 2001, hal.148). Sikap konsumen terhadap produk Lembah Fitness Centre Yogyakarta dengan model analisis Fishbein dapat diketahui dengan mengalikan antara nilai dari pernyataan keyakinan (*belief*) dan pernyataan evaluasi akibat (*evaluation*). Setelah itu, dicari jumlah skor dari semua atribut yang kemudian dimasukkan ke dalam skala Likert.

Langkah-langkah dalam penentuan klasifikasi dari skor sikap konsumen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penentuan Skala

Nilai skor (sesuai dengan skala Likert) adalah bernilai 1 sampai dengan 5 sehingga dari lima atribut dengan 18 butir pertanyaan dapat diperoleh penilaian minimal dan maksimal yang ideal dari sikap seperti di bawah ini:

$$\text{Skor minimal} : (1 \times 1) \times 18 \times 100 = 1800$$

$$\text{Skor maksimum} : (5 \times 5) \times 18 \times 100 = 45000$$

2. Penentuan Interval

Karena ada 5 tingkatan skala, maka $n = 5$

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimal}}{n} \\ &= \frac{45000 - 1800}{5} \end{aligned}$$

$$= 8640$$

3. Penentuan Kriteria

Dari hasil penentuan interval tersebut, maka dapat dibuat kriteria penilaian sikap sebagai berikut:

1800 – 10439 : Sangat Negatif

10440 – 19079 : Negatif

19080 – 27719 : Netral

27720 – 36359 : Positif

36360 – 45000 : Sangat Positif

Skor total sikap konsumen dapat dicari dengan menjumlahkan semua skor sikap konsumen pada masing-masing 18 butir pertanyaan. Sehingga skor total sikap konsumen dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

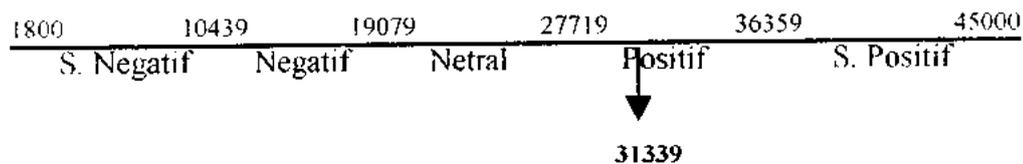
Tabel 4.2
Analisis Indeks Sikap Total

Atribut	Butir	ei	bi	Ao
Lokasi	1	378	447	1689
	2	354	445	1575
	3	369	448	1653
Kelengkapan Alat	1	385	437	1682
	2	405	462	1871
	3	379	449	1701
	4	386	453	1748
Desain Tempat	1	403	452	1821
	2	425	455	1933
	3	380	443	1683
	4	414	449	1858
Konsultasi Nutrisi	1	388	462	1792
	2	402	459	1845
	3	401	451	1808

Kemampuan Instruktur	1	405	451	1826
	2	369	431	1590
	3	380	414	1573
	4	381	444	1691
Skor Total Sikap				31339

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Untuk mengetahui interpretasi total sikap konsumen tersebut, maka dibuat skala penilaian sebagai berikut:



Dari perhitungan skor sikap (lihat lampiran) dapat diketahui bahwa sikap konsumen (31339) bernilai **positif** karena terletak di antara interval skor 27719 sampai dengan 36359, yang berarti juga bahwa **hipotesis pertama** yang diajukan oleh peneliti pada awal bab yang menyatakan adanya sikap positif konsumen terhadap jasa pelayanan olahraga Lembah Fitness Centre Yogyakarta **terbukti**. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada sikap positif konsumen terhadap penggunaan jasa pelayanan olahraga Lembah Fitness Centre Yogyakarta berdasarkan lima atribut, yaitu atribut lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur.

Skor penilaian sikap di atas merupakan skor sikap total konsumen. Sedangkan untuk melihat penilaian skor sikap konsumen pada masing-masing

atribut (lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur) dan 18 butir pertanyaan pada lima atribut tersebut dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan Skor Sikap Pada Masing-masing Atribut

Atribut Lokasi dan Pelayanan Konsultasi Serta Nutrisi

a. Penentuan Skala

Nilai skor (sesuai dengan skala Likert) adalah bernilai 1 sampai dengan 5 sehingga masing-masing atribut dapat diperoleh penilaian minimal dan maksimal yang ideal dari sikap seperti di bawah ini:

$$\text{Skor minimal} = (1 \times 1) \times 3 \times 100 = 300$$

$$\text{Skor maksimum} = (5 \times 5) \times 3 \times 100 = 7500$$

b. Penentuan Interval

Karena ada 5 tingkatan skala, maka $n = 5$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimal}}{n}$$

$$= \frac{7500 - 300}{5}$$

$$= 1440$$

c. Penentuan Kriteria

Dari hasil penentuan interval tersebut, maka dapat dibuat kriteria penilaian sikap sebagai berikut:

300 – 1739 : Sangat Negatif

1740 – 3179 : Negatif

3180 – 4619 : Netral

4620 – 6059 : Positif

6060 – 7500 : Sangat Positif

Dari hasil penentuan skala, interval dan kriteria penilaian di atas, maka dapat ditentukan penilaian sikap pada pada atribut lokasi dan pelayanan konsultasi serta nutrisi sebagai berikut (perhitungan lihat lampiran):

Tabel 4.3
Skor Sikap Atribut Lokasi dan Pelayanan Konsultasi

Keterangan	Skor	Interpretasi
Atribut Lokasi	4916	Positif
Atribut Pelayanan Konsultasi	5431	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Dari hasil perhitungan dan interpretasi penilaian sikap di atas, dapat dilihat bahwa skor sikap atau keyakinan konsumen pada dua atribut (lokasi dan pelayanan konsultasi nutrisi) atribut adalah positif atau baik.

Atribut Kelengkapan Alat, Desain Tempat dan Kemampuan Instruktur

a. Penentuan Skala

Nilai skor (sesuai dengan skala Likert) adalah bernilai 1 sampai dengan 5 sehingga masing-masing atribut dapat diperoleh penilaian minimal dan maksimal yang ideal dari sikap seperti di bawah ini:

$$\text{Skor minimal} : (1 \times 1) \times 4 \times 100 = 400$$

$$\text{Skor maksimum} : (5 \times 5) \times 4 \times 100 = 10000$$

b. Penentuan Interval

Karena ada 5 tingkatan skala, maka $n = 5$

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimal}}{n} \\ &= \frac{10000 - 400}{5} \\ &= 1920 \end{aligned}$$

c. Penentuan Kriteria

Dari hasil penentuan interval tersebut, maka dapat dibuat kriteria penilaian sikap sebagai berikut:

400 – 2319 : Sangat Negatif

2320 – 4239 : Negatif

4240 – 6159 : Netral

6160 – 8079 : Positif

8080 – 10000 : Sangat Positif

Dari hasil penentuan skala, interval dan kriteria penilaian di atas, maka dapat ditentukan penilaian sikap pada atribut kelengkapan alat, desain tempat dan kemampuan instruktur sebagai berikut (perhitungan lihat lampiran):

Tabel 4.4
Skor Sikap Atribut Kelengkapan Alat, Desain Tempat dan Kemampuan Instruktur

Keterangan	Skor	Interpretasi
Atribut Kelengkapan Alat	7006	Positif
Atribut Desain Tempat	7273	Positif
Atribut Kemampuan Instruktur	6706	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Dari hasil perhitungan dan interpretasi penilaian sikap di atas, dapat dilihat bahwa skor sikap atau keyakinan konsumen pada tiga atribut (atribut kelengkapan alat, desain tempat dan kemampuan instruktur) atribut adalah positif atau baik.

Sedangkan untuk mengetahui skor sikap per atribut, maka digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan Skala

Nilai skor (sesuai dengan skala Likert) adalah bernilai 1 sampai dengan 5 sehingga masing-masing butir pertanyaan dapat diperoleh penilaian minimal dan maksimal yang ideal dari sikap seperti di bawah ini:

$$\text{Skor minimal} : (1 \times 1) \times 100 = 100$$

$$\text{Skor maksimum} : (5 \times 5) \times 100 = 2500$$

2. Penentuan Interval

Karena ada 5 tingkatan skala, maka $n = 5$

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimal}}{n} \\ &= \frac{2500 - 100}{5} \end{aligned}$$

$$= 480$$

3. Penentuan Kriteria

Dari hasil penentuan interval tersebut, maka dapat dibuat kriteria penilaian sikap sebagai berikut:

100 – 579	: Sangat Negatif
580 – 1059	: Negatif
1060 – 1539	: Netral
1540 – 2019	: Positif
2020 – 2500	: Sangat Positif

Dari hasil penentuan skala, interval dan kriteria penilaian di atas, maka dapat ditentukan penilaian sikap pada masing-masing butir pertanyaan sebagai berikut (perhitungan lihat lampiran):

Tabel 4.5
Skor Sikap Masing-masing Butir Atribut Lokasi

Atribut Lokasi	Skor	Interpretasi
Butir 1	1689	Positif
Butir 2	1575	Positif
Butir 3	1653	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Tabel 4.6
Skor Sikap Masing-masing Butir Atribut Kelengkapan Alat-alat Olahraga

Atribut Kelengkapan alat	Skor	Interpretasi
Butir 1	1682	Positif
Butir 2	1871	Positif
Butir 3	1701	Positif
Butir 4	1748	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Tabel 4.7
Skor Sikap Masing-masing Butir Atribut Desain Tempat

Atribut Desain Tempat	Skor	Interpretasi
Butir 1	1821	Positif
Butir 2	1933	Positif
Butir 3	1683	Positif
Butir 4	1858	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Tabel 4.8
Skor Sikap Masing-masing Butir Atribut Pelayanan Konsultasi Nutrisi

Atribut Pelayanan Konsultasi	Skor	Interpretasi
Butir 1	1792	Positif
Butir 2	1845	Positif
Butir 3	1808	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Tabel 4.9
Skor Sikap Masing-masing Butir Atribut Kemampuan Instruktur

Atribut Kemampuan Instruktur	Skor	Interpretasi
Butir 1	1826	Positif
Butir 2	1590	Positif
Butir 3	1573	Positif
Butir 4	1691	Positif

Sumber: Data Primer Diolah (2004)

Dari hasil perhitungan dan interpretasi penilaian sikap di atas, dapat dilihat bahwa skor sikap atau keyakinan konsumen semua butir pertanyaan pada lima atribut adalah positif atau baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua atribut dianggap baik oleh konsumen. Hasil analisis tersebut juga menunjukkan bahwa diantara kelima atribut tersebut, atribut desain tempat-lah merupakan atribut yang paling dominan dan mempunyai nilai skor sikap tertinggi jika dibandingkan

dengan nilai skor sikap atribut lainnya dengan nilai skor sikap tertinggi 1933 dan skor sikap terendah 1683. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis kedua** yang diajukan oleh peneliti pada awal bab adalah **terbukti**, yaitu bahwa atribut desain tempat merupakan atribut yang dominan dan mempunyai nilai tertinggi jika dibandingkan dengan atribut lainnya.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis

Dari hasil pengujian atau analisis perhitungan terhadap lima atribut (lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur) yang ada pada Lembah Fitness Centre Yogyakarta dapat diketahui bahwa sikap konsumen adalah positif. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara umum, konsumen mempunyai penilaian yang positif terhadap Lembah Fitness Centre Yogyakarta. Hal ini sesuai dengan dugaan atau hipotesis awal yang diajukan oleh peneliti bahwa keyakinan dan sikap konsumen terhadap Lembah Fitness Centre Yogyakarta adalah positif atau baik.

Dari hasil pengujian juga didapatkan hasil bahwa dari kelima atribut yang masuk dalam penelitian (lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur), atribut desain tempat-lah yang mempunyai pengaruh dominan dan memiliki nilai skor sikap tertinggi yaitu pada pertanyaan butir ke-dua dari atribut desain tempat yang menitikberatkan pada penataan ruang atau desain tempat di Lembah Fitness Centre memberikan kenyamanan dalam berolah-raga. Dalam penelitian ini skor sikap

tertinggi yang dinilai konsumen yaitu sebesar 1933. Hal ini berarti bahwa desain tempat yang terepresentasikan dalam kuesioner, yaitu meliputi: penataan ruang yang diatur dengan baik dan rapi, penataan ruang yang mampu memberikan kenyamanan dalam berolahraga, desain tempat yang mampu memberikan kesan bersih dan sehat merupakan faktor utama yang menjadikan konsumen mempunyai penilaian positif terhadap Lembah Fitness Centre Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya. Kesimpulan dalam bab ini merupakan jawaban atas semua pertanyaan atau permasalahan yang dikemukakan dalam Bab I. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis sikap Fishbein terhadap terhadap jasa pelayanan olahraga Lembah Fitness Centre Yogyakarta dapat kita lihat bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sikap yang positif. Hal tersebut dapat dilihat dari posisi nilai skor total sikap konsumen yang berada pada interval jawaban atau kategori penilaian positif.
2. Berdasarkan hasil analisis sikap Fishbein juga dapat diketahui bahwa atribut desain tempat merupakan atribut yang dominan dalam membentuk sikap positif konsumen terhadap jasa pelayanan olahraga Lembah Fitness Centre Yogyakarta karena memiliki nilai skor sikap tertinggi jika dibandingkan dengan nilai skor sikap atribut lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan kepada jasa pelayanan olahraga Lembah Fitness Centre Yogyakarta berkaitan dengan rencana strategi yang akan dibuatnya. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Karena telah terbukti bahwa kelima atribut (lokasi, kelengkapan alat-alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi dan kesehatan serta kemampuan instruktur) dipersepsi positif oleh konsumen, maka untuk rencana strategi ke depan pihak manajemen harus lebih memperhatikan kelima atribut tersebut, sekaligus dengan meningkatkan kinerja dari kelima atribut tersebut sehingga sikap konsumen yang positif dapat dipertahankan atau ditingkatkan yang pada gilirannya diharapkan akan dapat memberikan efek bagi terciptanya kepuasan konsumen yang berkelanjutan (*continuously customer satisfaction*). Peningkatan kinerja pada masing-masing atribut tersebut misalnya dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas jasa pelayanan olahraga dengan melakukan riset dan pengembangan pada dimensi-dimensi pelayanan jasa yang mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa seperti: kehandalan, daya tanggap, jaminan yang diberikan kepada pengunjung maupun dimensi kualitas pelayanan jasa lainnya.

2. Dari kelima atribut tersebut, faktor desain tempat adalah faktor yang layak menjadi pertimbangan utama dalam setiap perencanaan strategis pemasaran yang dilakukan. Hal tersebut karena faktor tersebut merupakan faktor yang mempunyai pengaruh dominan dalam pembentukan sikap positif konsumen terhadap pelayanan jasa Lembah Fitness Centre Yogyakarta. Bentuk nyata yang dapat dilakukan oleh Lembah Fitness Centre dalam menarik calon anggota sebagai konsumennya adalah dengan cara mengatur dan menata alat olah raga yang sudah tersedia dengan pertimbangan kenyamanan, kerapian, kebersihan dan kesehatan pada ruang latihan. Selanjutnya adalah dengan menambah peralatan olahraga yang lebih modern sehingga selain mutunya yang terjamin karena terbuat dari bahan yang lebih baik, biasanya alat yang modern dibuat dengan pertimbangan praktis, yaitu dapat diatur sedemikian rupa sehingga memudahkan dalam hal perawatan dan kebersihan alat tersebut. Selain itu pengaturan ventilasi udara yang baik juga perlu diperhatikan, karena aliran udara luar yang masuk juga harus baik agar dalam ruang latihan tidak terlalu panas dan akan lebih baik jika dipasang alat pendingin ruangan. Saran-saran diatas adalah sebagian hal yang dapat dilakukan agar kenyamanan dalam berolahraga untuk selanjutnya dapat ditingkatkan dengan lebih baik lagi.