

**Analisis Sikap Konsumen
Terhadap Atribut Lembah Fitness Centre Yogyakarta**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Ditulis oleh

**Nama : Tubagus Azmi
Nomor Mahasiswa : 99311040
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 2 Mei 2004

Penulis

Tubagus Azmi

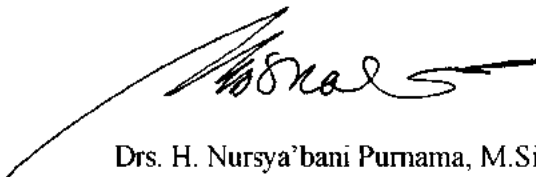
Analisis Sikap Konsumen
Terhadap Atribut Lembah Fitness Centre Yogyakarta

Nama : Tubagus Azmi
Nomor Mahasiswa : 99311040
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, ¹⁰ Mei 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,


Drs. H. Nursya'bani Purnama, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

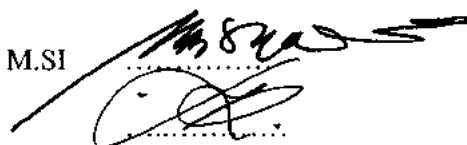
**"ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT LEMBAH FITNESS
CENTRE YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: TUBAGUS AZMI
Nomor mahasiswa: 99311040**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 8 Juni 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. NURSYA'BANI PURNAMA, M.SI

Penguji : DRA. NURUL NGAINI, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

Motto :

- 3 Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dan berilmu pengetahuan itu beberapa derajat (QS. AL Mujadillah ayat 58)

- 3 Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh sungguh (urusan) yang lain. (QS.AL Insyirah ayat 6-7)

- 3 Apa bila kehidupanmu hari ini lebih baik dari hari kemarin, maka berarti kamu termasuk orang-orang yang beruntung, apabila kehidupanmu hari ini sama dengan hari kemarin maka kamu termasuk orang-orang yang rugi dan apabila kehidupanmu hari ini lebih buruk dari hari kemarin maka kamu termasuk golongan orang-orang yang celaka (Hadist Rosul).

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati

kupersembahkan karya tulis sederhana ini

untuk kedua Orangtua dan saudaraku,

seluruh Dosen Manajemen,

Teman teman seperjuangan kelas A angkatan 1999,

dan almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut Lembah Fitness Centre Yogyakarta. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu: lokasi, kelengkapan alat olahraga, desain tempat, pelayanan konsultasi nutrisi, dan kemampuan instruktur, sedangkan variabel tergantung adalah karakteristik konsumen.

Populasi penelitian ini adalah anggota Lembah Fitness Centre yang aktif dengan kedatangan minimal sekali perbulan. Sampel penelitian ditentukan dengan metode persentase yaitu sebanyak 100 orang. Data diperoleh dengan metode kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Validitas butir instrumen dihitung dengan metode korelasi Pearson. Reliabilitas dihitung dengan metode Alpha Cronbach. Teknik analisis data dengan analisis model sikap Fishbein dengan cara mengalikan antara nilai dari pernyataan keyakinan (*beliefs*) dengan nilai dari pernyataan evaluasi akibat (*evaluation*) kemudian dicari jumlah skor dari semua atribut dan dimasukkan ke dalam skala Likert.

Hasil analisis data dengan model sikap Fishbein diperoleh bahwa skor total sikap konsumen bernilai positif yaitu 31339 yang terletak diantara interval skor 27719 sampai dengan 36359. Skor sikap atribut lokasi adalah 4916 dan skor sikap atribut pelayanan konsultasi adalah 5431 bernilai positif yang terletak diantara interval skor 4620 sampai dengan 6059. Skor sikap atribut kelengkapan alat adalah 7006, skor sikap atribut desain tempat adalah 7273 dan skor sikap atribut kemampuan instruktur adalah 6706 bernilai positif yaitu terletak diantara interval skor 6160 sampai dengan 8079. Berdasarkan hasil analisis sikap, maka dapat diketahui bahwa rata-rata responden memberikan respon positif dan faktor yang paling dominan dalam pembentukan sikap positif konsumen adalah atribut desain tempat karena memiliki skor sikap yang tertinggi dibandingkan dengan nilai skor sikap atribut lainnya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim

Segala puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT pemilik dari seluruh ilmu pengetahuan dan penguasa alam serta isinya, shalawat dan salam bagi nabi Muhammad SAW beserta sahabat-sahabat beliau atas rahmat dan kebesaran-Nya , akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Lembah Fitness Centre Yogyakarta.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Skripsi ini diselesaikan oleh penulis dengan usaha, bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu sudah sepantasnya penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Luthfi Hasan, M.S selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Bapak Drs. H. Nursya'bani Purnama, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya, untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Abdul Moin, SE, MBA selaku dosen pembimbing akademik atas saran dan bimbingannya selama ini.

5. Bapak Drs. Mansur, MS, selaku Pimpinan Lembaga Fitness Centre yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Lembaga Fitness Centre Yogyakarta.
6. Bapak Drs. H. Murdiyanto dan Ibu Dra. Hj. Rusbandiyah, yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, perhatian, dan dukungan sepenuhnya kepada penulis.
7. Segenap keluarga (Tante Anni, dan Om Ranto) atas dorongan semangatnya, serta adik-adikku (Riska dan Ian) yang lucu-lucu.
8. Teman-temanku KKN unit MG-124 (Royan, Ermadi, Ari, Faiz, Rika, Happy, dan Icha) terimakasih atas semua waktu yang diberikan untuk berbagi rasa bersama.
9. Teman-temanku Celana Pendek Band (Sinatria, Tisna, Hery, Yasin, Berta, Yanik, Restu) terimakasih atas dukungan dan bantuannya.
10. Seluruh temanku klas A Manajemen' 99 yang selalu kompak dan senantiasa saling mendukung.
11. Seluruh anggota Lembaga Fitness Centre Yogyakarta terimakasih untuk dukungannya, semoga ikatan persaudaraan dapat terus berjalan dengan indah.
12. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan maka dengan rendah hati dan tangan terbuka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi.

Yogyakarta , 2 Mei 2004
Penulis

(Tubagus Azmi)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	I
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pemasaran.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Konsep Pemasaran	9
2.1.4. Pemasaran Jasa.....	11
2.2. Sikap.....	11
2.2.1. Pengertian Sikap.....	21
2.2.2. Fungsi Sikap.....	22
2.2.3. Komponen Sikap.....	23
2.2.4. Konsistensi Sikap Perilaku.....	25
2.2.5. Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku dalam Model.....	27
2.2.6. Keputusan Konsumen Untuk Membeli.....	33
2.3. Hipotesa	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Lokasi Penelitian	38
3.1.1. Sejarah dan Perkembangan Lembah Fitness Centre	38
3.1.2. Motto, Visi, Misi dan Tujuan Lembah Fitness Centre.....	41
3.2. Struktur Organisasi Lembah Fitness Centre.....	42
3.3. Personalia	45
3.3.1. Jumlah Karyawan	45
3.3.2. Gaji Karyawan.....	46
3.3.3. Jam Kerja Karyawan.....	46
3.3.4. Fasilitas yang diberikan Kepada Karyawan.....	46
3.4. Promosi	47

3.5. Variabel Penelitian.....	47
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.1. Data yang Diperlukan	48
3.6.2. Pengumpulan Data	49
3.6.3 Metode Pengambilan Sampel	50
3.7. Teknik Analisis Data.....	52
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.8.1. Uji Validitas.....	53
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	56
BAB IV ANALISIS DATA	58
4.1. Karakteristik Responden	58
4.2. Pengujian Hipotesis.....	61
4.3. Pembahasan Hasil Analisis.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	74
Daftar Pustaka	xvi
Lampiran	xvii

DAFTAR TABEL

3.1. Tabel Kisi-kisi Angket Sikap Konsumen Terhadap Atribut Lembah Fitness Centre.....	49
3.2. Tabel Uji Validitas Pada Komponen Pengukuran Belief.....	54
3.3. Tabel Uji Validitas Pada Komponen Pengukuran Evaluation.....	54
3.4. Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi.....	56
3.5. Tabel Uji Reliabilitas Pada Komponen Pengukuran Belief.....	57
3.6. Tabel Uji Reliabilitas Pada Komponen Pengukuran Evaluation.....	57
4.1. Tabel Distribusi Frekuensi Responden.....	59
4.2. Tabel Analisis Indeks Sikap Total.....	63
4.3. Tabel Skor Sikap Atribut Lokasi dan Pelayanan Konsultasi.....	66
4.4. Tabel Skor Sikap Atribut Kelengkapan Alat, Desain Tempat, dan Kemampuan Instruktur.....	68
4.5. Skor Sikap Masing Masing Butir Atribut Lokasi.....	69
4.6. Skor Sikap Masing Masing Butir Atribut Kelengkapan alat olah Raga....	69
4.7. Skor Sikap Masing Masing Butir Atribut Desain Tempat.....	70
4.8. Skor Sikap Masing Masing Butir Atribut Konsultasi Nutrisi.....	70
4.9. Skor Sikap Masing Masing Butir Atribut Kemampuan Instruktur.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : The Theory of Reasoned Action.....	28
Gambar 2 : Pembuatan Keputusan Konsumen	34
Gambar 3: Bagan Struktur Organisasi Lembah Fitness Centre.....	43