

**ANALISIS DISKRIMINAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
DALAM PEMILIHAN *FITNESS CENTRE*
UNTUK KEBUGARAN DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

NAMA : ADRIANTO GUNAWAN
NIM : 03.30.0240

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2010

Halaman Motto

*Tinjauilah segala sesuatu dari segi baiknya
(Look at everything from the positive side)*

*Di dalam kehidupan ini, yang penting bukan siapa Anda
tetapi apa yang Anda perbuat
(In life, what is important is not what you are,
but what you do)*

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

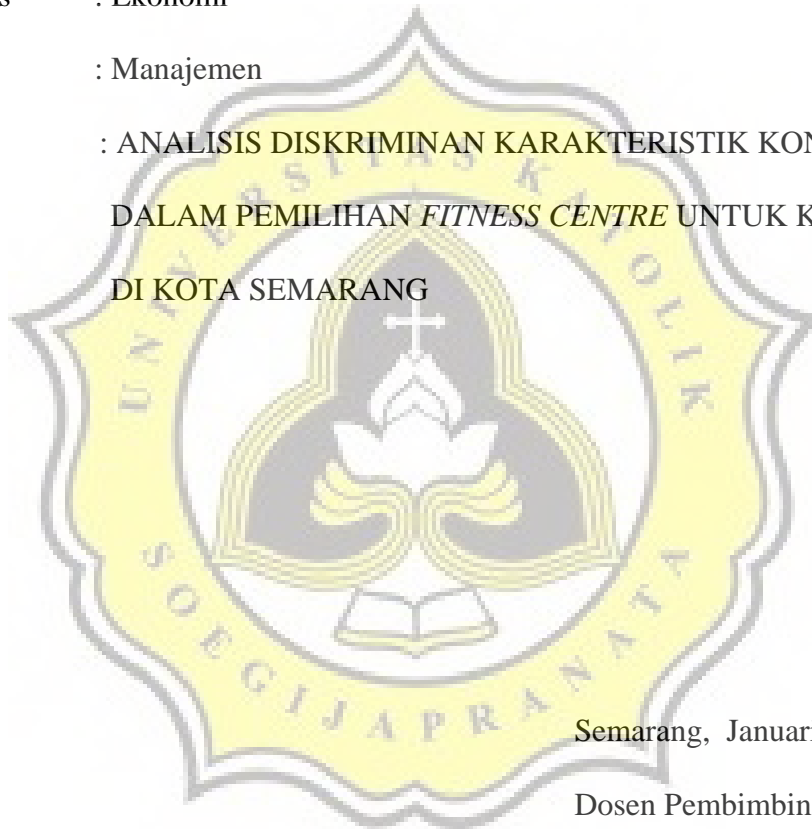
Nama : Adrianto Gunawan

NIM : 03.30.0240

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS DISKRIMINAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
DALAM PEMILIHAN *FITNESS CENTRE* UNTUK KEBUGARAN
DI KOTA SEMARANG



Semarang, Januari 2010

Dosen Pembimbing,

(A.Sentot Suciarto, PhD)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS DISKRIMINAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
DALAM PEMILIHAN *FITNESS CENTRE* UNTUK KEBUGARAN
DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh:

Nama : Adrianto Gunawan

NIM : 03.30.0240

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal: Januari 2010

Tim Penguji,

Koordinator Penguji,

(Anggota),

Anggota,

(Drs. Y.Sugiharto,MM) (M.Widyanto,SE,MM) (A.Sentot Suciarto, PhD)

Dekan Fakultas Ekonomi,

(DR. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

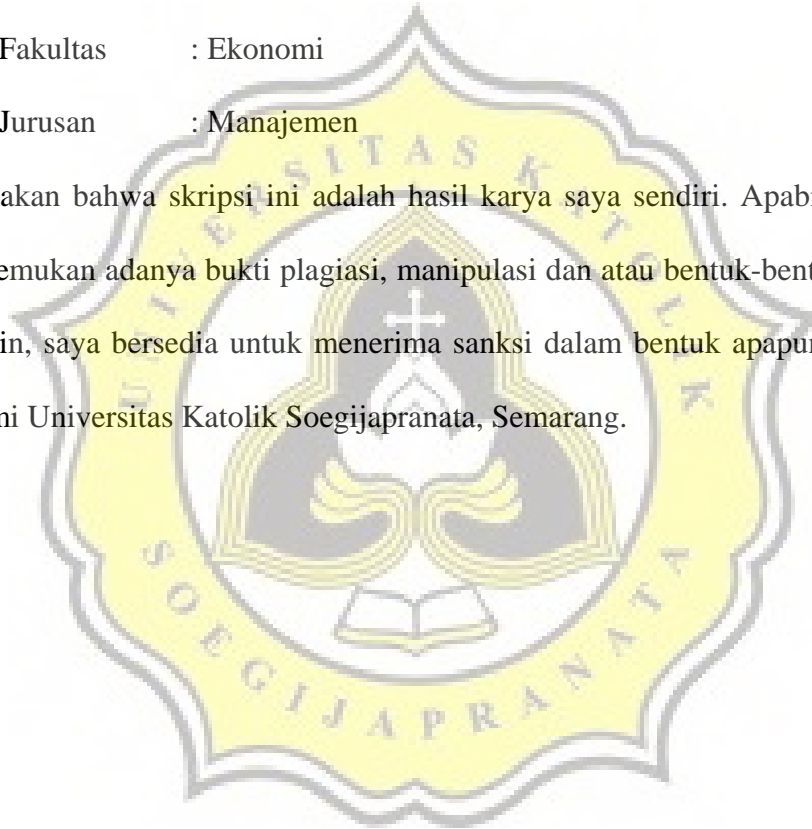
Nama : Adrianto Gunawan

NIM : 03.30.0240

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.



Semarang, Januari 2010

(Adrianto Gunawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya peneliti telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **"ANALISIS DISKRIMINAN KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM PEMILIHAN *FITNESS CENTRE* UNTUK KEBUGARAN DI KOTA SEMARANG"**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai derajat Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Pada kesempatan yang berbahagia ini pula, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak antara lain kepada:

1. Bapak DR. Andreas Lako, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Bapak A.Sentot Suciarto, PhD, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan-masukan, ide-ide, pengalaman baru, dan dengan sabar memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Anggota keluargaku, yang selalu memberi dorongan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
4. Teman-teman dan sahabatku satu kampus, yang selalu mensupport yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dan semua orang yang telah membantu dan memberi semangat dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.

Akhir kata peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, Januari 2010

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Abstraksi	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II: LANDASAN TEORI	6
2.1. Pengertian Kebugaran dan Kesehatan.....	6
2.2. Keputusan Pembelian.....	7
2.3. Pemasaran Jasa.....	10

2.4. Pengertian Jasa.....	11
2.5. Segmentasi Pasar.....	15
2.6. Tujuan Segmentasi Pasar.....	16
2.7. Pendekatan Segmentasi.....	16
2.8. Analisis Diskriminan.....	21
2.9. Kerangka Pikir.....	22
2.10. Definisi Operasional Variabel	23
BAB III: METODE PENELITIAN	27
3.1. Lokasi Penelitian	27
3.2. Populasi.....	27
3.3. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.4. Jenis Data.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6. Pengujian Validitas.....	32
3.7. Pengujian Reliabilitas.....	33
3.8. Metode Analisis Data.....	34
BAB IV: HASIL ANALISIS DATA	36
4.1. Gambaran Umum Responden.....	36
4.2. Hasil Tanggapan Responden.....	38
4.3. Hasil Analisis Diskriminan.....	42
BAB V: PENUTUP	48
5.1. Kesimpulan	48

5.2. Saran48

Daftar Pustaka



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....23



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbedaan Antara <i>Fitness Centre</i> Eksklusif dengan <i>Fitness Centre</i> Biasa...	3
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	33
Tabel 3.2. Hasil Reliabilitas.....	34
Tabel 4.1. Crosstab Pekerjaan dan Umur.....	36
Tabel 4.2. Crosstab Jenis Kelamin dan Pendidikan.....	37
Tabel 4.3. Crosstab Pendapatan per bulan dan <i>Fitness Centre</i>	38
Tabel 4.4. Hasil Tanggapan Responden Penelitian.....	39
Tabel 4.5. Analysis Case Processing Summary.....	42
Tabel 4.6. Group Statistics.....	43
Tabel 4.7. Test of Equality of Group Means.....	44
Tabel 4.8. Test Eigenvalues.....	44
Tabel 4.9. Wiks' Lambda.....	45
Tabel 4.10. Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients.....	45
Tabel 4.11. Classification Results.....	46

ABSTRAKSI

Kesadaran mendapatkan kebugaran dan mempertahankan bentuk badan yang proporsional mendorong berdirinya *Fitness centre* sebagai sarana kebugaran dan kesehatan. *Fitness centre* bermunculan dengan menawarkan program-program yang menarik untuk mendapatkan anggota (*member*). Segmentasi pasar sangat penting bagi suatu usaha tidak terkecuali pada bisnis *fitness centre*. Segmen pasar seperti konsumen yang datang ke *fitness centre* eksklusif untuk kebugaran tubuh, mereka adalah masyarakat dari kalangan berpenghasilan atas. Sedangkan untuk *fitness centre* biasa didatangi oleh masyarakat dari kalangan berpenghasilan menengah. Karakteristik konsumen dalam memilih *fitness centre* merupakan hal yang menarik untuk diteliti sebab berhubungan dengan kebutuhan dan kenyamanan konsumen yang bersangkutan tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan adalah sebagai berikut: Bagaimanakah perbedaan karakteristik konsumen dalam pemilihan *fitness centre* untuk kebugaran di kota Semarang ?

Adapun tujuan penelitian adalah : Untuk mengetahui perbedaan karakteristik kelompok konsumen dalam pemilihan *fitness centre* eksklusif dan biasa untuk kebugaran di Semarang.

Lokasi penelitian ini mengambil penelitian pada 4 *fitness center* di Semarang, yaitu: (1) *Fitness center* Eksklusif: Clark Hatch dan Horizon *Fitness Center*. (2) *Fitness center* Biasa: Paradise Club dan Flozor *Fitness Center*, Semarang. Alasan dipilihnya keempat lokasi fitness tersebut adalah karena keempatnya dinilai telah dapat mewakili fitness center yang eksklusif dan biasa di Semarang karena segmen pasarnya yang berbeda.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh anggota *Fitness centre* yang ada di Kota Semarang. Metode sampling yang digunakan adalah *non random sampling* yaitu tidak setiap anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi sample. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* Pengambilan sampel dilakukan dengan cara memilih 4 *fitness centre* di Semarang, yaitu 2 *fitness centre* eksklusif dan 2 *fitness centre* biasa. Dalam penelitian jumlah sampel ditetapkan sebesar 100 responden dengan masing-masing *fitness centre* sebanyak 25 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pada kuesioner ini dilengkapi dengan Skala Likert. Kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis diskriminan.

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Perbedaan karakteristik konsumen dalam pemilihan *fitness centre* untuk kebugaran di kota Semarang didasarkan pada gaya hidup mereka. Artinya responden memilih *fitness centre* berdasarkan pada keinginan sendiri, waktu kunjungan setelah kerja, waktu kunjungan saat libur, pengaruh teman, dan pengaruh anggota keluarga.

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut: Sebaiknya pihak *fitness centre* memahami bahwa gaya hidup yang membedakan karakteristik pemilihan *fitness centre* untuk *fitness centre* eksklusif dan biasa, maka pihak manajemen *fitness centre* dapat menarik kelompok tertentu, misalnya: mengadakan program-program paket teman atau keluarga, karena memiliki total skor terendah dari hasil tanggapan responden.

