

ABSTRAK SKRIPSI

A. LATAR BELAKANG PEMILIHAN JUDUL

Dewasa ini menjaga kesehatan merupakan hal yang semakin penting. Salah satu cara untuk menjaga kesehatan adalah dengan berolahraga. Pusat kebugaran menyediakan berbagai macam jasa kebugaran sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat karena masyarakat tinggal memilih jenis olahraga yang sesuai atau yang diinginkan. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui saat ini semakin banyak jasa pusat kebugaran yang ada di Surabaya dan berdasarkan fakta yang diperoleh dari sigi awal diketahui ada keragaman perilaku konsumen dalam menggunakan jasa pusat kebugaran ini.

B. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam penggunaan jasa pusat kebugaran, yaitu jenis jasa apa yang digunakan konsumen, apa yang diharapkan konsumen, apa yang didapatkan konsumen setelah menggunakan, siapa yang menggunakan, mengapa konsumen menggunakan, kapan konsumen menggunakan, dimana konsumen menggunakan, siapa yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan dan seberapa sering konsumen menggunakan jasa pusat kebugaran tersebut.

C. METODE YANG DIPERGUNAKAN

Metode pengolahan data yang dipergunakan adalah menggunakan distribusi frekuensi atau tabel frekuensi dan presentasi grafik batang (histogram).

D. WAKTU YANG DIPERGUNAKAN

Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah mulai minggu ke III bulan Februari 2003 hingga minggu ke II bulan Maret 2003.

E. LOKASI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di pusat-pusat kebugaran yang ada di Surabaya yaitu Atlas Clark Hatch Sports Club, Tropical Club, Nirwana Eksekutif, Dynasty Fitness Centre, Mayura Sentra PT, Puri Matahari Club, Warehouse Gym dan Country Suite.

F. OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

Yang menjadi objek penelitian adalah pusat kebugaran yang ada di Surabaya dan yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pusat kebugaran di Surabaya.

G. KESIMPULAN HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian disimpulkan ada keragaman perilaku konsumen dalam penggunaan jasa pusat kebugaran, yaitu jenis jasa apa yang digunakan konsumen, apa yang diharapkan konsumen, apa yang didapatkan konsumen setelah menggunakan, siapa yang menggunakan, mengapa konsumen menggunakan, kapan konsumen menggunakan, dimana konsumen menggunakan, siapa yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan dan seberapa sering konsumen menggunakan jasa pusat kebugaran tersebut. Fasilitas atau jasa yang paling sering digunakan konsumen pusat kebugaran adalah fitnes. Yang menjadi harapan konsumen menggunakan pusat kebugaran adalah bentuk tubuh yang ideal. Sedangkan yang didapat konsumen setelah menggunakan jasa pusat kebugaran adalah bentuk tubuh yang lebih baik. Konsumen pengguna jasa pusat kebugaran mayoritas adalah pria dengan usia 17-25

tahun, pekerjaan sebagai mahasiswa/i dengan tingkat pendidikan S1 dan tingkat pendapatan atau uang saku per bulan diatas Rp.1.000.000. Alasan konsumen menggunakan jasa pusat kebugaran adalah adanya fasilitas dan peralatan olahraga. Mayoritas konsumen menggunakan jasa pusat kebugaran pada sore hari.. Yang menjadi alasan konsumen dalam memilih pusat kebugaran yang digunakan adalah karena dekat dengan tempat tinggal. Yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan pusat kebugaran adalah tidak ada (diri sendiri). Mayoritas konsumen menggunakan jasa pusat kebugaran dengan frekuensi 2-3 kali seminggu.

Surabaya, 24 April 2003

Mahasiswa yang bersangkutan



(Elvi Suryawati)