ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT FITNESS CENTRE
Studi Kasus Rio Fitness Centre
Kecamatan Gombong Kabupaten Kebumen

Irma Novianti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2006

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). Karakteristik konsumen Rio fitness centre; 2). Atribut yang menjadi prioritas utama yang mempengaruhi sikap konsumen; 3). Sikap konsumen terhadap atribut Rio fitness centre. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Rio Fitness Centre, Kecamatan Gombong, Kabupaten Kebumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Rio fitness centre di Kecamatan Gombong, Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, sampel yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan jasa Rio fitness centre dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah: 1). Analisis persentase; 2). Analisisi prioritas kepentingan; 3). Analisis Multiatribute Attitude Model.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa: 1). Data menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen jasa Rio fitness centre adalah berjenis kelamin pria (73%), berusia 20-30 tahun (41%), pendidikan responden SLTA (49%), pekerjaan responden pelajar/mahasiswa (44%) dan pendapatan atau uang saku berkisar antara Rp 300.000-Rp 600.000 (38%); 2). Urutan yang menjadi prioritas utama konsumen jasa pengguna Rio fitness centre adalah sebagai berikut: Urutan pertama adalah kelengkapan alat, urutan kedua adalah pelayanan dan urutan ketiga adalah harga; 3).Secara umum sikap konsumen pengguna jasa Rio fitness centre adalah sangat baik.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON CONSUMER'S ATTITUDE TOWARD THE ATTRIBUTES OF A FITNESS CENTRE
A Case Study at Rio Fitness Centre in Gombong Subdistrict, Kebumen Regency

Irma Novianti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007

This research has purposes of finding out: 1) the characteristics of consumers of Rio Fitness Centre; 2) the most influential attribute affecting the consumer's attitude; 3) the consumer's attitude to the attributes of Rio Fitness Centre.

Data collecting techniques used are interview and questionnaire. The research population is consumers who have used the service of Rio Fitness Centre at Gombong Subdistrict, Kebumen Regency. Sampling technique used is purposive sampling. A hundred consumers are taken as the research sample. Data analysis techniques used are: 1) percentage of analysis; 2) interest priority analysis; 3) multi-attribute attitude model.

Result of data analysis show that: 1) the majority of the consumers of Rio Fitness Centre is male (73%), 20-30 years of age (41%) and are of high school graduates (49%), is student/ university students (44%), and with monthly budget of Rp. 300.000,- - Rp. 600.000,- (38%), 2) The importance order of attributes is: completeness of the equipments, service and price; 3) In general, consumer's overall attitude toward the Rio Fitness Centre service is "very good".