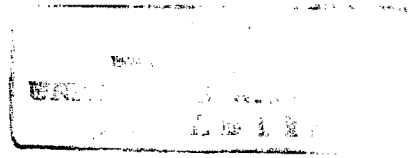


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMILIH MENJADI ANGGOTA ATLAS  
SPORTS CLUB SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH**

**FILIA SAVITRI**

**No. Pokok : 049912672-E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMILIH MENJADI ANGGOTA ATLAS  
SPORTS CLUB SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**

**FILIA SAVITRI**

**No. Pokok : 049912672 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dra. Ec. DWI UTAMI S., MS.**

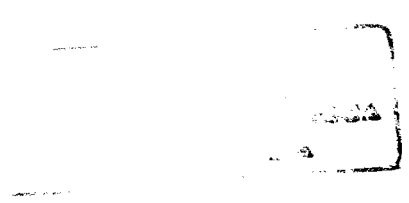
**TANGGAL .....1-7-2004.....**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.**

**TANGGAL .....1-7-2004.....**



Surabaya, ..... 27 Mei 2004 .....

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop on the left and the initials 'D U' followed by a horizontal line on the right.

**Dra. Ec. DWI UTAMI S., MS.**

## ABSTRAKSI

Sebagai pusat kebugaran yang berkembang pesat dalam industri persaingan bisnis di Surabaya, Atlas Sports Club harus mempertahankan keuntungan dan keunggulan yang telah dimilikinya saat ini. Dalam upaya mempertahankan posisi bersaing di pasar, perusahaan membutuhkan berbagai informasi sebagai masukan dalam pengembangan strategi pemasaran yang sesuai. Salah satu informasi penting yang sangat dibutuhkan dalam pengembangan strategi pemasaran adalah informasi perilaku konsumen, yaitu informasi tentang bagaimana konsumen mengambil keputusan memilih suatu merek produk atau jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Organisasi harus mampu menjawab mengapa orang – orang tersebut memilih menjadi anggota Atlas Sports Club, faktor apa saja yang mempengaruhinya dan apa tujuan mereka dengan menjadi anggota tersebut. Pemahaman perusahaan terhadap perilaku konsumennya atau pelanggannya akan memberikan input yang sangat berharga dalam pengembangan strategi bersaing yang efektif. Penelitian perilaku konsumen ini bertujuan untuk menjawab, “Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen memilih menjadi anggota Atlas Sports Club.”

Untuk memecahkan masalah penelitian, dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan merumuskan hipotesis yang selanjutnya dilakukan pengujian statistik. Variabel – variabel penelitian adalah ingin memiliki tubuh yang sehat, ingin memperluas pergaulan, reputasi Atlas Sports Club, jumlah pendapatan keluarga, saran dari teman, situasi kesibukan pekerjaan konsumen, ragam latihan olahraga, keramahan karyawan, lokasi, promosi, biaya keanggotaan tiap bulan, prosedur / peraturan keanggotaan, kemampuan pelatih, gedung, dan peralatan olahraga. Di dalam penelitian ini, digunakan Analisis Faktor yang dimaksudkan untuk mengetahui faktor apa saja yang terbentuk dari variabel yang diteliti yang mempengaruhi konsumen memilih menjadi anggota Atlas Sports Club, dan apakah semua variabel yang dipergunakan dalam penelitian benar – benar dapat digunakan untuk mengukur faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen memilih menjadi anggota Atlas Sports Club. Adapun Analisis Faktor dirumuskan sebagai berikut, Solimun (2002 : 41) :

$$X_p = c_{p1} F_1 + c_{p2} F_2 + \dots + c_{pp} F_p + \epsilon_p$$

Semua variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala Likert (5 skala) berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan. Penelitian menggunakan teknik sampling, yaitu dengan metode *non probability sampling*, *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan berdasarkan atas kriteria tertentu, dalam hal ini sampel haruslah anggota tetap Atlas Sports Club.

Dalam Analisis Faktor, agar sebuah variabel tidak direduksi, harus memenuhi 2 ketentuan yaitu memiliki nilai  $MSA > 0,5$  dan ketentuan kedua harus memiliki nilai *factor loading*  $> 0,55$ .

Dari hasil Analisis faktor, diketahui ada 5 faktor yang mempengaruhi konsumen memilih menjadi anggota Atlas Sports Club, yaitu : faktor kesetaraan citra, faktor kebutuhan fisik, faktor jasa-pelayanan dan kenyamanan, faktor kesetaraan kondisi, serta faktor sosial dan promosi.

Faktor kesetaraan citra dapat dijelaskan oleh variabel : reputasi Atlas Sports Club, prosedur / peraturan keanggotaan, dan jumlah pendapatan keluarga. Faktor kebutuhan fisik dapat dijelaskan oleh variabel : ingin memiliki tubuh yang sehat, gedung, dan peralatan keluarga. Faktor jasa-pelayanan dan kenyamanan dapat dijelaskan oleh variabel : ragam latihan olahraga, keramahan karyawan, dan lokasi. Faktor kesetaraan kondisi dapat dijelaskan oleh variabel : situasi kesibukan pekerjaan konsumen, dan biaya keanggotaan tiap bulan. Faktor sosial dan promosi dapat dijelaskan oleh variabel ingin memperluas pergaulan, saran dari teman, dan promosi.

Variabel yang mengalami reduksi adalah variabel pelatih, karena memiliki nilai *factor loading* 0,473 yang  $< 0,55$  sehingga tidak dapat menjelaskan faktor yang terbentuk. Hal ini merupakan informasi bagi pihak manajemen Atlas Sports Club untuk lebih memperhatikan unsur pemasaran yang perlu ditingkatkan dalam hal ini adalah kemampuan para pelatih.