

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :

ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : ANNEKE RATNASARI H
NIM : 041014160
TAHUN PENYUSUNAN : 2014

JUDUL :

Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center* di Surabaya.

ISI :

Tujuan penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen memilih Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center* di Surabaya. Hal ini terkait dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk beraktivitas fisik seperti berenang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis faktor eksploratori. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah konsumen muslim Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center* yang pernah menggunakan fasilitas kolam renang minimal dua kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel pada saat *preliminary test* dengan melakukan wawancara tertulis sebanyak 20 responden dan untuk *main test* sebanyak 125 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam faktor yang berpengaruh pada keputusan konsumen memilih Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center* di Surabaya. Enam faktor tersebut merupakan hasil reduksi dari proses pengolahan analisis faktor. Keenam faktor tersebut dinamai dengan faktor kesamaan motif, keamanan, lokasi, fasilitas, kualitas air, dan pengalaman.

Saran bagi pihak Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center* adalah hendaknya menyempurnakan kesesuaian kolam renang muslimah dengan ketentuan syariah dan meningkatkan upaya pemasaran seperti media sosial dan *website*. Faktor yang terbentuk dalam penelitian ini juga dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya untuk mempengaruhi variabel lain, yaitu niat berenang kembali di Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah *Sport Center*. Faktor yang terbentuk juga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen non-muslim dalam memilih kolam renang muslimah.

Kata kunci : keputusan konsumen muslim, kolam renang muslimah, kesamaan motif, keamanan, lokasi, fasilitas, kualitas air, dan pengalaman