

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN  
DITINJAU DARI SIKAP DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN  
PADA KLUB KEBUGARAN "ATLAS SPORT CLUB"  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

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



**DIAJUKAN OLEH**

**ANOM MAHENDRA  
No. Pokok : 049514882**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**SKRIPSI**

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN  
DITINJAU DARI SIKAP DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN  
PADA KLUB KEBUGARAN “ATLAS SPORT CLUB”  
DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH**

**ANOM MAHENDRA**  
**No. Pokok : 049514882**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. Ec., YOHANNES LILIK R., MBA**

**TANGGAL 7 JANUARI 2003**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

**TANGGAL 8 JANUARI 2003**

## ABSTRACT

The successful of a company focuses not only on the customer's satisfaction but more on getting the customer's loyalty. The customer's loyalty reflects on how far a customer might be moved to another brand, especially when that brand makes an innovation in its prices or product features (Aaker, 1991). The loyalty grows from the customer's satisfaction which involved their commitment to make a continue investment in a continue relationship with a specific brand or a certain company.

Integrated with the above reasons, the writer tries to analyze the degree of the customer's loyalty. It analyzed from the customer's attitude on the service and the characteristic of the customer which applied on Atlas Sport Club Surabaya placed at Dharmahusada Indah Barat III No. 64-66 Surabaya. The zero hypotheses which is discussed by the writer is about "There are no significant differences in customer's loyalty which analyzed from the customer's characteristic, with a note that as long as the customer's attitude are always positive on the service to the customer".

The writer uses sample method in collecting data and applying some analysis supplement instruments, such as Questioner, Attitude Index Analysis, Chi Square Analysis, and Vulnerability Matrix which are those instruments helping the writer in analyzing data got from more accurate questioner, especially hypotheses proving ( $H_0$ ) about the influence of the attitude and the characteristic of customer to the customer's loyalty.

The analysis result is the data of the customer's attitude to the giving services is indicating to the positive way which is showed by 3,108 the solution of attitude index ( $S_j$ ).

Meanwhile the proving of the influence of the customer's characteristic is getting from the result of Chi Square Analysis with certain details, they are: Sex 0,1227<3,841, Age 0,0782<9,4877, Education Background 0,2988<7,8147, Occupation 2,413<9,4877. Those analysis's result shows that  $X_{hit} < X_{table}$ , therefore it can be concluded that  $H_0$  is accepting, means that there are no significant differences on the customer's characteristic to the customer's loyalty degree.

By the way, the customer's loyalty degree to Atlas Sport Club Surabaya if analyzed from the customer's attitude and the customer's characteristics and based on Vulnerability Matrix, the writer gets data that 69% customer are loyal.

This research proves that the customer's loyalty is very important to analyze more, not only from the aspects occur in this thesis on in another aspect. Therefore, the existence of economic field (product or service) which is developed from the beginning will always be protected.

## ABSTRAKSI

Keberhasilan perusahaan tidak hanya berfokus pada kepuasan konsumen saja melainkan lebih menekankan pada pencapaian loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan mencerminkan seberapa mungkin seorang pelanggan akan berpindah ke suatu merek lain, khususnya ketika merek lain tersebut membuat suatu perubahan dalam harga atau *product features* (Aaker, 1991). Loyalitas dimunculkan dari kepuasan yang diperoleh pelanggan, yang melibatkan komitmen pelanggan itu untuk membuat investasi yang berkelanjutan pada suatu hubungan yang terus-menerus dengan merek atau perusahaan tertentu.

Terkait dengan hal tersebut diatas, penulis mencoba melakukan analisa tingkat loyalitas konsumen ditinjau dari sisi sikap terhadap pelayanan dan karakteristik para konsumen yang dilakukan di klub kebugaran "Atlas Sport Club" Surabaya yang beralamat di jalan Dharmahusada Indah Barat III/64-66 Surabaya. Dimana, hipotesa nol yang diangkat penulis adalah "Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam loyalitas konsumen ditinjau dari karakteristik konsumen", dengan catatan selama sikap konsumen positif terhadap pelayanan konsumen.

Penulis menggunakan metode sampling dalam pengumpulan data dan memanfaatkan beberapa instrumen bantu analisa diantaranya adalah Kuesioner, analisa indeks sikap, analisa Chi-Square, dan Vulnerability Matriks, dimana instrumen tersebut membantu penulis untuk menganalisa data yang diperoleh dari kuesioner secara lebih akurat. Terutama pembuktian hipotesa ( $H_0$ ) tentang *pengaruh sikap dan karakteristik konsumen terhadap loyalitas konsumen*.

Dari hasil analisa diperoleh data bahwa sikap konsumen terhadap pelayanan yang disediakan menunjukkan kearah positif yang nampak dari hasil indeks sikap ( $S_j$ ) sebesar 3,108.

Sedangkan pembuktian pengaruh karakteristik konsumen diperoleh dari hasil analisa Chi-Square, dengan perincian sebagai berikut : jenis kelamin  $0,1227 < 3,8415$ , tingkat usia  $0,0782 < 9,4877$ , tingkat pendidikan  $0,2988 < 7,8147$ , jenis pekerjaan  $2,413 < 9,4877$ , tingkat pendapatan  $1,1906 < 9,4877$ . Dari hasil analisa tersebut menunjukkan bahwa  $X_{hit} < X_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan pada karakteristik konsumen terhadap tingkat loyalitas yang ditunjukkan oleh konsumen.

Adapun tingkat loyalitas yang ditunjukkan para konsumen terhadap klub kebugaran "Atlas Sport Club", apabila ditinjau dari sisi sikap konsumen dan karakteristik konsumen, maka berdasarkan analisa Vulnerability Matrix, diperoleh data sebanyak 69% pelanggan / konsumen dinyatakan loyal.

Penelitian ini membuktikan bahwa loyalitas konsumen selayaknya selalu dikaji, baik dari aspek yang ada dalam penelitian ini maupun dari aspek lain. Sehingga akan selalu terjaga eksistensi bidang usaha ( baik barang maupun jasa ) yang telah dirintis dari awal.