

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN *PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORT*  
CENTER UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh:  
Abiyu Amajida  
NIM 17603141018

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2021**

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN *PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORT*  
CENTER UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Oleh:

Abiyyu Amajida  
NIM. 17603141018

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *personal trainer (PT) Fitness Health and Sport Center (HSC)* Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Penelitian ini disusun dari kajian teori yang berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas suatu pelayanan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu konsumen yang menggunakan jasa (*PT) Fitness HSC UNY* dan *PT* tersebut terdaftar sebagai karyawan *Fitness HSC UNY* sehingga penelitian ini mendapatkan 15 orang sampel dari 700 populasi. Penelitian dilakukan di *Fitness HSC UNY*. Analisis data menggunakan metode *saka liket*. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan oleh peneliti dan menghasilkan nilai validitas kuesioner sebesar 0,875 dan 40 pernyataan yang valid dari 50 pernyataan.

Hasil analisis data menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC UNY* masuk dalam kategori sangat memuaskan dengan nilai rata-rata keseluruhan aspek 87%. Penjelasan lebih detail hasil penelitian pada masing-masing aspek, aspek *tangible* menghasilkan nilai 87%, aspek *reliability* 88%, aspek *responsiveness* 89%, aspek *assurance* 88% dan aspek *empathy* 81%. Saran peneliti bagi *PT Fitness HSC UNY*, yaitu selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, dengan harapan kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik sehingga banyak konsumen yang menggunakan jasa *PT* di *Fitness HSC UNY*.

**Kata kunci:** kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *personal trainer*, *Fitness HSC UNY*

**LEVEL OF CUSTOMER'S SATISFACTION ON THE SERVICE QUALITY  
OF PERSONAL TRAINER AT FITNESS HEALTH AND SPORT CENTER  
OF UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
(YOGYAKARTA STATE UNIVERSITY)**

By:

Abiyyu Amajida  
NIM. 17603141018

**ABSTRACT**

*This research intends to identify the level of customer' satisfaction on the service quality provided by the personal trainer (PT) of Fitness Health and Sport Center (HSC) Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). This research is arranged based on the theoretical study related to the level of customer satisfaction on particular service.*

*This research was a descriptive quantitative study with the survey method and the instrument used questionnaire. The research sampling method was based on purposive sampling with sample criteria, that were customers who used the services of Personal Trainer (PT) of Fitness HSC UNY and those PT's were registered as employees of the facility so the research gained 15 samples out of 700 people. The research was conducted at Fitness HSC UNY. The data analysis was using likert scale method. The validity and reliability test of the questionnaire was conducted by the researcher and it gained the validity value of the questionnaire at 0,875 and 40 valid statement items out of 50 statement items.*

*The result of data analysis show that the level of customer's satisfaction on the service quality of PT of Fitness HSC UNY is in the very satisfying level with the average score at 87% for all aspects. For more detailed explanation of the research results on each aspect, the tangible aspect gains the value of 87%, the reliability aspect is at 88%, the responsiveness aspect is at 89%, the assurance aspect is at 88% and the empathy aspect is at 81%. The researcher suggests that PT's of Fitness HSC UNY improve the service quality to the customers with the hope that the service quality provided will be better so that many customer's interested to use the facility of Fitness HSC UNY.*

**Keywords:** *customer's satisfaction, service quality, personal trainer, Fitness HSC UNY*

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abiyyu Amajida

NIM : 17603141018

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan  
*Personal Trainer Fitness Health and Sport Center*  
Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya Saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 28 Desember 2020  
Yang Menyatakan



Abiyyu Amajida  
NIM.17603141018

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan  
*Personal Trainer Fitness Health And Sport Center*  
Universitas Negeri Yogyakarta**

Disusun oleh:

Abiyyu Amajida  
NIM. 17603141018

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan  
Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Yogyakarta, 29 Desember 2020  
Disetujui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or.  
NIP. 19800924200604 1 001



Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.  
NIP. 19820815200501 1 002

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

### TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN *PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORT* CENTER UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Abiyu Amajida,  
NIM 17603141018

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 6 Januari 2021

#### TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. Ketua Penguji/Pembimbing		7/01/2021
Dr. Ahmad Nasrullah, M.Or. Sekretaris		7/01/2021
Drs. Sumarjo, M.Kes. Penguji		7/01/2021

Yogyakarta, 7 Januari 2021

Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



**Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes.**  
NIP. 19650301199001 1 001

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga Saya yaitu Bapak Sumaryanto, Ibu Sulastri dan Awanis Akalili yang telah memberikan do'a, motivasi, bimbingan, arahan dan masukan selama perkuliahan hingga saat ini.
3. Teman-teman Prodi Ilmu Keolahragaan angkatan 2017 yang telah memberikan dorongan motivasi sehingga membuat Saya terdorong untuk segera menyelesaikan pendidikan secepat-cepatnya.

## KATA PENGANTAR

### KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan *Personal Trainer Fitness Health and Sport Center* Universitas Negeri Yogyakarta” ini dapat terselesaikan dengan baik. Proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK) Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) yang telah memberikan izin dalam melaksanakan penelitian.
2. Bapak Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or. selaku ketua jurusan Ilmu Keolahragaan yang telah memfasilitasi dalam melaksanakan penelitian.
3. Bapak Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan dalam akademik.
4. Bapak dr. Prijo Sudibjo, M.Kes., Sp.S. selaku manajer *Health and Sport Center (HSC)* UNY yang telah memfasilitasi dalam pelaksanaan penelitian.
5. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 28 Desember 2020  
Yang Menyatakan



Abiyu Amajida  
NIM.17603141018

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi masalah.....	6
C. Batasan masalah .....	7
D. Rumusan masalah.....	7
E. Tujuan.....	7
F. Manfaat .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
A. Deskripsi Teori.....	9
B. Penelitian yang Relevan .....	20
C. Kerangka Berpikir .....	22
<b>BAB III</b> .....	<b>24</b>
A. Desain Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	26
E. Instrumen Penelitian.....	27
F. Teknik Pengambilan Data .....	30
G. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV</b> .....	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian .....	33
B. Pembahasan .....	36
C. Keterbatasan Penelitian .....	42
<b>BAB V</b> .....	<b>43</b>
A. Simpulan.....	43
B. Implikasi Penelitian.....	43

C. Saran.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>44</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Aspek dan Kisi-Kisi Pernyataan .....	25
Tabel 2. Deskripsi Kuesioner Untuk Uji Instrumen .....	28
Tabel 3. Alternatif Jawaban Pernyataan .....	28
Tabel 4. Butir Pernyataan Gugur .....	29
Tabel 5. Teknik Pengambilan Data.....	31
Tabel 6. Kriteria Interpretasi Skor .....	32
Tabel 7. Nama dan Jenis Kelamin <i>PT HSC UNY</i> .....	33
Tabel 8. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek <i>Tangible</i> .....	34
Tabel 9. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek <i>Reliability</i> .....	34
Tabel 10. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek <i>Responsiveness</i> .....	35
Tabel 11. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek <i>Assurance</i> .....	35
Tabel 12. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek <i>Empathy</i> .....	35
Tabel 13. Tingkat Kepuasan Konsumen Ssecara Keseluruhan .....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Uji Instrumen .....	48
Lampiran 2. Kuesioner Uji Instrumen .....	49
Lampiran 3. Jawaban Responden Uji Instrumen.....	53
Lampiran 4. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 1-10 .....	56
Lampiran 5. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 11-20.....	58
Lampiran 6. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 21-30.....	60
Lampiran 7. Uji Validitas Instrumen Nomor 31-40 .....	62
Lampiran 8. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 41-50.....	64
Lampiran 9. Dokumentasi Uji Instrumen.....	66
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	69
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian .....	74
Lampiran 12. Kuesioner Penelitian Berupa Google Form.....	75
Lampiran 13. Jawaban Responden Penelitian .....	90

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kebugaran jasmani yang baik menjadi impian bagi setiap masyarakat. Perkembangan teknologi yang pesat dan tuntutan ekonomi yang tinggi membuat sebagian masyarakat harus mengeluarkan energi yang lebih untuk dapat meraih apa yang ingin dicapai. Menurut Sulistiono (2014: 224) pengertian kebugaran jasmani adalah kemampuan seseorang melaksanakan aktivitas sehari-hari tanpa merasakan lelah yang berarti. Kebugaran jasmani tidak dapat ditingkatkan secara instan, perlu proses latihan terus menerus dan berkelanjutan agar meraih hasil maksimal Arifin (2018: 23)

Memiliki tubuh yang bugar akan berdampak kepada kemampuan seseorang dalam beraktivitas sehari-hari. Saat ini, tuntutan pekerjaan membuat seseorang harus memiliki stamina yang baik. Jam kerja yang panjang membutuhkan tenaga yang berlebih agar dapat memenuhi tuntutan jam kerja yang diberikan oleh pihak perusahaan. Jenis pekerjaan kantoran secara tidak langsung memaksa seseorang untuk menjadi pribadi yang malas untuk bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain. Sebagian besar pekerja kantoran hanya duduk di depan komputer saat kerja, sehingga aktivitas fisik sederhana seperti berjalan dari satu tempat ke tempat yang lain tergolong minim.

Kemajuan teknologi saat ini semakin mendorong masyarakat untuk malas beraktivitas yang melibatkan banyak gerakan. Keberadaan sistem *online* di berbagai bidang termasuk salah satu penyebab seseorang malas untuk bergerak.

sistem *online* yang memiliki kelemahan yaitu meminimalisir seseorang untuk melakukan gerak merupakan sebuah pilihan. Setiap individu berhak memilih untuk menggunakan atau memanfaatkan sistem ini atau tidak, hanya saja sudah pasti jika nantinya seluruh bidang dapat diakses atau diberlakukan secara *online* maka akan sangat kecil peluang seseorang untuk beraktivitas yang memerlukan banyak gerak. Hal ini karena seluruh kebutuhan hingga permasalahan seseorang dapat diatasi melalui *online*. Hadirnya *smartphone* yang mendukung untuk melakukan sistem *online* mendorong seseorang lebih memilih metode ini karena menghemat waktu dan tenaga. Dibalik kemajuan teknologi ini masyarakat akan lebih banyak memiliki gaya hidup yang pasif. Otomatis orang tersebut memiliki sedikit aktivitas fisik.

Olahraga merupakan salah satu aktivitas fisik yang dapat meningkatkan kualitas kebugaran jasmani seseorang. Menurut Bangun, (2016:159) olahraga dapat menjaga kebugaran seseorang. Olahraga yang paling sederhana yaitu jalan kaki. Walaupun berjalan kaki itu hal yang mudah, terkadang aktivitas fisik ini tidak dilakukan oleh banyak orang. Teknologi saat ini identik dengan istilah praktis. Momentum ini dimanfaatkan bagi sebagian masyarakat atau seseorang untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Saat ini, olahraga tidak harus dilakukan di sebuah tempat yang memiliki area yang luas. Olahraga dapat dilakukan di tempat yang kecil dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Pusat kebugaran bersifat di dalam ruangan atau disebut *indoor* yang tidak harus memiliki tempat yang luas ini dinamakan *fitness center*. *Fitness center* memiliki kelebihan yaitu lahan yang digunakan tidak harus luas, bersifat *indoor* dan terdapat

sekumpulan alat yang diciptakan sedemikian rupa sebagai penunjang kegiatan olahraga sehingga memiliki variasi gerakan yang dapat dipilih oleh para konsumen.

Jasa layanan *fitness center* sudah banyak tersedia di Indonesia. Tidak hanya di kota-kota besar, di kota-kota kecil saat ini sudah banyak tersedia. Dorongan memiliki kebugaran jasmani yang baik dibutuhkan oleh semua orang dan pentingnya berolahraga untuk meningkatkan imunitas tubuh menjadi salah satu faktor pengembangan jasa layanan ini. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai salah satu provinsi di Indonesia memiliki ketersediaan *fitness center* yang melimpah. Jasa layanan ini tersedia di seluruh Kabupaten DIY. Salah satu *fitness center* yang ada di DIY yaitu *Fitness Health and Sport Center (HSC)* Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) yang terletak di Jl. Colombo No.1 Karang Malang Caturtunggal, Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Fitness HSC* menjadi salah satu pilihan *fitness center* yang dipilih karena posisinya yang strategis. Letak jasa layanan ini berdekatan dengan pusat kota Yogyakarta dan akses menuju lokasi yang mudah dijangkau, sehingga memudahkan konsumen untuk mencari atau mengunjungi *Fitness HSC*.

Saat ini *Fitness HSC* UNY ramai dikunjungi oleh konsumen. Tercatat konsumen *fitness center* ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Hampir setiap hari *fitness center* tersebut ramai dikunjungi konsumen yang ingin menikmati jasa pelayanan kesehatan yang terletak di dekat pusat kota dan berada dalam area universitas yaitu Universitas Negeri Yogyakarta. Konsumen menginginkan suatu *fitness center* memiliki peralatan yang lengkap, tempat yang bersih sekaligus

nyaman, layanan staff karyawan yang ramah terhadap konsumen dan harga yang terjangkau.

Fasilitas yang diberikan oleh pemilik jasa bermacam-macam. Contoh umum fasilitas yang diberikan antara lain ketersediaan lahan parkir dan kebersihan lokasi yang terjaga. Sebagai seorang *owner* ketersediaan lahan parkir perlu diperhatikan. Lahan parkir termasuk fasilitas pertama yang dirasakan baik konsumen insidental maupun *member* yang akan melakukan *fitness*. Kemudahan akses parkir akan berdampak dengan psikologis konsumen. Hal ini karena konsumen dapat parkir kendaraan yang digunakan dengan cepat dan tidak menghabiskan waktu, sehingga muncul sebuah kepuasan konsumen terhadap fasilitas yang diberikan penyedia jasa.

Seorang konsumen atau *member* ketika berlatih di *fitness center*, beberapa pihak penyedia layanan memberikan fasilitas penunjang seperti ketersediaan instruktur kebugaran yang dapat membantu ketika sedang berlatih. Jika *member* ingin mendapatkan pendampingan khusus dengan salah satu instruktur kebugaran, konsumen dapat melakukan pemesanan khusus serta dikomunikasikan langsung dengan instruktur yang diinginkan. Hal tersebut dalam dunia *fitness* disebut dengan *personal trainer (PT)*. Langkah-langkah yang harus dilakukan *member* yaitu mencari instruktur kebugaran diminati oleh *member* untuk dijadikan *PT*. Selanjutnya *member* berkomunikasi langsung dengan *PT* untuk melakukan diskusi tentang apa saja yang dibutuhkan untuk menggunakan jasanya. Pemberian pelayanan dari *PT* kepada konsumen perlu diperhatikan. Setiap *PT* memiliki gaya masing-masing untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini tentunya akan sangat dibutuhkan bagi *owner fitness center* maupun *PT* itu sendiri.

*Member* pusat kebugaran menginginkan hasil latihan dapat diperoleh secara instan. Mendapatkan hasil latihan yang sempurna memerlukan proses yang panjang. Latihan harus dilakukan secara terus menerus agar hasil yang diperoleh sempurna atau sesuai dengan keinginan. Seluruh kegiatan dirangkum dalam program latihan yang telah disusun dengan pertimbangan prinsip latihan. Menurut Susanto & Lismadiana (2016:102) Prinsip latihan adalah hal yang wajib ditaati, dijalankan atau dihindari supaya target latihan dapat tercapai sesuai harapan yang diinginkan. Program latihan terdiri bentuk latihan yang dilakukan di pusat kebugaran dengan variasi gerakan bermacam-macam. Variasi gerakan latihan bertujuan untuk menciptakan semangat latihan dari konsumen. Gerakan yang monoton tentu akan membuat konsumen cepat merasa bosan. Jangka waktu pelaksanaan program membutuhkan waktu yang lama. Hal ini bertolak belakang dengan keinginan konsumen yaitu melakukan latihan dengan jangka waktu pendek tetapi ingin mendapatkan hasil latihan dengan segera atau dapat disebut dengan cara instan.

Menjadi *PT* bukan hal yang mudah. Pengetahuan serta pemahaman akan ilmu yang berkaitan dengan olahraga seperti ilmu anatomi sangat dibutuhkan agar program latihan yang disusun dapat menjawab keinginan konsumen. Menjadi seorang *PT* profesional perlu menempuh proses yang tidak mudah. Seluruh rangkaian program latihan bersumber dari ilmu-ilmu di atas. Memahami ilmu-ilmu tersebut memerlukan durasi waktu yang lama. Dewasa ini banyak *PT* yang mengikuti sertifikasi *PT* yang telah diselenggarakan di berbagai tempat. Durasi waktu yang singkat tentu sangat tidak mungkin bisa memahami ilmu-ilmu di atas.

Sertifikasi tidak dapat dijadikan sebagai bukti sebagai *PT* profesional. *PT* harus berasal dari lulusan olahraga, dimana selama perkuliahan mempelajari ilmu-ilmu tersebut, sehingga ijazah resmi dari jurusan olahraga dan sertifikasi diperoleh untuk dokumen pendukung yang bersangkutan.

Berdasarkan pemaparan peristiwa diatas timbul sebuah minat dari peneliti untuk melakukan penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan *personal trainer Fitness HSC UNY*, karena selama ini belum ada penelitian yang fokus pada hal tersebut. Harapan yang diinginkan oleh peneliti yaitu hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi masing-masing *PT*, sehingga masing-masing *PT* dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan kepada konsumen tergolong sangat baik, baik, buruk atau bahkan sangat buruk. Setelah mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, masing-masing *PT* dapat memikirkan pelayanan apa yang harus ditingkatkan atau mungkin harus diperbaiki berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan agar kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dapat terpenuhi.

## **B. Identifikasi masalah**

Dari latar belakang yang disebutkan di atas dapat ditarik kesimpulan terdapat permasalahan yaitu:

1. Member *fitness* menginginkan hasil latihan yang instan.
2. Masih banyak dalam dunia kebugaran, *PT* memiliki latar belakang pendidikan bukan dari jurusan olahraga.
3. Belum pernah dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *PT Fitness HSC UNY*.

### **C. Batasan masalah**

Mengingat luasnya cakupan masalah, keterbatasan waktu dan dana penelitian ini maka penulis perlu membatasi masalah. Dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *personal trainer Fitness HSC* UNY untuk menjawab rumusan masalah diatas.

### **D. Rumusan masalah**

Dari batasan permasalahan yang disebutkan di atas maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:”Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *personal trainer Fitness Health and Sport Center* Universitas Negeri Yogyakarta ?”

### **E. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *personal trainer Fitness Health and Sport Center* Universitas Negeri Yogyakarta.

### **F. Manfaat**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka harapan dari penelitian ini mempunyai manfaat baik ssecara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam mengkaji hal-hal apa saja yang dibutuhkan bagi seseorang untuk menjadi *PT* profesional.

## 2. Praktis

### a. Bagi Universitas

Sebagai bukti, apakah *PT* lulusan olahraga memiliki kompetensi yang baik sesuai dengan bidang yang ditekuni.

### b. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan masyarakat untuk memilih *PT* yang baik selama mendampingi latihan di pusat kebugaran setempat.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Deskripsi Teori**

#### 1. Konsumen

Menurut Marwan & Jimmy yang dikutip oleh (Nugrahaningsih & Erlinawati, 2018: 28) konsumen yaitu seseorang yang menggunakan barang dan atau jasa untuk digunakan sendiri atau bagi orang lain. Konsumen yaitu seseorang atau sebuah badan yang membeli dan menggunakan barang atau jasa Sakti, Aryanti & Yuli (2015: 62). Konsumen dapat berupa seseorang individu ataupun sebuah organisasi. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 yang dikutip oleh (Darmayanti, 2019: 46) pengertian konsumen yaitu seseorang yang memakai barang dan atau jasa digunakan bagi kepentingan diri sendiri maupun orang lain. Seorang konsumen tentunya memiliki perilaku yang berbeda-beda ketika mencari apa yang diinginkan. Dalam dunia bisnis perilaku yang muncul dari diri konsumen sangat mempengaruhi keputusan-keputusan yang harus diambil oleh *owner* perusahaan.

Menurut Swastha & Handoko yang dikutip oleh oleh (Goenadhi, 2011: 157) perilaku konsumen yaitu perilaku yang muncul dari diri konsumen ketika mencari, membeli serta menghabiskan barang atau jasa. Menurut (Firmansyah, 2018: 2) perilaku konsumen yaitu proses ketika konsumen membeli barang atau jasa. Perilaku konsumen yang muncul akan berbeda setiap masing-masing konsumen, oleh karena itu memahami perilaku konsumen sangat dibutuhkan agar barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang dicari konsumen.

Sebagai seorang pemilik barang atau jasa layanan harus dapat membaca tentang apa perilaku konsumen. Pemahaman tentang perilaku konsumen akan membuat rasa puas yang dirasakan konsumen karena apa yang diinginkan dapat terpenuhi. Ketika memahami tentang perilaku konsumen, *owner* harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Ketika memahami konsumen kita harus mengetahui tentang apa yang dipikirkan, rasakan, lakukan dan tempat dimana konsumen melakukan Wigati (2011: 24). Tidak semua konsumen semata-mata menyampaikan sesuatu atau hal apa yang diinginkan kepada *owner* atau karyawan perusahaan. Pendekatan kepada konsumen sangat perlu dilakukan dalam rangka pengembangan perusahaan agar sesuai dengan keinginan konsumen.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Suprihati & Utami (2015: 107) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor budaya, pribadi, sosial dan psikologis. Menurut Yusnita (2010: 36) Faktor yang mempengaruhi tentang perilaku konsumen dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri atas pribadi dan gaya hidup serta faktor eksternal terdiri atas budaya dan sosial. Dibawah ini merupakan penjelasan tentang kedua faktor tersebut.

a. Faktor Internal

1) Pribadi

Faktor pribadi sangat mempengaruhi keputusan konsumen ketika akan membeli barang atau menggunakan jasa yang akan dipilih.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup yaitu pola perilaku seseorang yang dicerminkan melalui kegiatan sehari-hari.

b. Faktor Eksternal

1) Budaya

Faktor ini memiliki peranan yang besar dalam membentuk perilaku konsumen. Setiap kebudayaan terdiri dari beberapa subkebudayaan. Subkebudayaan tersebut yaitu nasionalisme, kelompok keagamaan, ras, dan area geografis.

2) Sosial

Seseorang umumnya tergabung dalam sebuah kelompok kecil dimana orang tersebut memiliki posisi atau peran yang berbeda-beda. Posisi atau peran tersebut mempengaruhi seseorang ketika menjadi konsumen sebuah barang atau jasa, karena dari peran tersebut akan muncul sebuah status sosial orang tersebut di masyarakat.

(Munandar, 2017: 2) mengatakan faktor pribadi sangat menentukan konsumen dalam hal pembelian produk. Perbedaan sifat dari setiap individu jelas mempengaruhi bagaimana langkah yang harus diambil oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen. Pekerjaan atau aktivitas sehari-hari yang dilakukan konsumen akan menciptakan pola perilaku konsumen yang tidak sama satu sama lain. Pekerjaan konsumen akan menentukan keinginan serta apa yang dibutuhkan konsumen ketika mencari dan memilih barang atau jasa yang diinginkan (Kartikasari, Arifin & Hidayat, 2013: 4).

Memahami perilaku konsumen akan memberikan banyak manfaat bagi penyedia barang atau jasa. Mempelajari tentang perilaku bermanfaat untuk menjadi dasar penentuan manajemen pemasaran Setiadi (2019: 6). Manfaat yang akan diperoleh antara lain

- a. Perancangan bauran pemasaran
- b. Menetapkan segmentasi pasar
- c. Merencanakan *positioning* dan pembeda produk
- d. Formulasi analisis lingkungan bisnis
- e. Pengembangan riset pemasaran

## 2. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Gulla, Oroh & Roring (2015: 1314) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah melakukan perbandingan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Zeithaml & Bitner yang dikutip oleh Saidani & Arifin (2012: 6) pengertian dari kepuasan konsumen adalah respon yang muncul dari pelanggan atas harapan dan kinerja jasa.

Seorang konsumen memiliki hak dan kewajiban yang harus dijalankan ketika menggunakan sebuah layanan. Kewajiban yang harus dilakukan berasal dari pihak manajemen penyedia jasa dan sudah disepakati oleh pelanggan ketika awal perjanjian. Hak yang bisa didapatkan oleh pelanggan tentunya juga sudah tercantum dalam perjanjian awal sehingga pelanggan dapat mengetahui hak-hak apa saja yang bisa diperoleh ketika menggunakan jasa layanan yang disewa. Contoh hak yang dapat didapatkan oleh pelanggan yaitu kepuasan konsumen. Pelanggan berhak

merasakan puas atas seluruh rangkaian pelayanan yang diberikan pihak manajemen.

Utama (2014: 133) mengatakan pilar utama sebuah perusahaan untuk mewujudkan tujuan usaha serta mendapatkan keuntungan adalah kepuasan konsumen. Sangat memungkinkan konsumen merasa kecewa apabila memiliki harapan tinggi terhadap kerja perusahaan tetapi kenyataannya hanya biasa-biasa saja Suryati (2015: 85). Perlu dilakukan analisis kepuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dengan penyedia jasa layanan, sehingga akan timbul pemasaran secara tidak langsung yaitu dari konsumen yang merasa puas kepada konsumen lain untuk menggunakan jasa layanan yang diberikan.

Menurut Kotler & Keller yang dikutip oleh (Harianto & Subagio, 2013: 3) untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap perusahaan dapat dilakukan dengan 3 buah metode antara lain:

a. Survei Berkala

Metode ini mampu mengidentifikasi kepuasan konsumen secara langsung. Survei secara periodik atau berkala akan memudahkan manajemen untuk mengukur kepuasan konsumen

b. Tingkat Kehilangan Pelanggan atau Konsumen

Dalam metode ini dapat diukur dengan cara pengamatan langsung di lapangan kepada pelanggan tetap. Ketika pelanggan atau konsumen tersebut tidak berkunjung lagi, penyedia layanan jasa dapat menghubungi pelanggan menggunakan bantuan teknologi yang ada saat ini.

### c. Pelanggan Misterius

Pelanggan ini yaitu tipe pelanggan yang mengatakan kelebihan serta kekurangan ketika membeli produk kepada pemilik usaha bahkan kepada perusahaan kompetitor.

Yola & Budianto (2016: 301) mengatakan untuk melihat kepuasan konsumen dapat dilihat melalui 5 aspek, yaitu kepuasan terhadap jasa yang diberikan, keinginan membantu konsumen, kepedulian kepada konsumen, penampilan fasilitas secara fisik serta pengetahuan dan kesopanan.

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam dunia bisnis. Menurut Rao (2011: 374) salah satu tugas sebuah perusahaan yang memberikan jasa layanan yaitu manajemen kualitas pelayanan. Jimanto & Kunto (2014: 2) mengatakan kualitas pelayanan adalah rangkaian dari sebuah layanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas pelayanan memainkan bagian penting dalam hal menciptakan kepuasan konsumen Quddus & Hudrasyah (2014: 549). Pengertian kualitas pelayanan yaitu perbedaan antara harapan dari konsumen dengan kenyataan pelayanan yang didapatkan (Febriana, 2016: 150). Kualitas pelayanan yaitu serangkaian kegiatan dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan jawaban atas keinginan pelanggan (Maulana, 2016: 117).

Tingkat kualitas pelayanan yang tinggi akan menyebabkan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan serta mendukung untuk memiliki harga

jual yang tinggi dengan biaya yang lebih rendah (Prasetio 2012: 2). Sebagai pihak penyedia layanan, pendekatan perlu dilakukan baik dengan cara langsung maupun tidak langsung. Cara langsung dapat dilakukan dengan cara *owner* perusahaan terjun langsung di lapangan lalu menanyakan kepada konsumen kelebihan dan kekurangan apa yang dirasakan seluruh konsumen selama menerima jasa layanan yang diberikan. Cara tidak langsung dapat dilakukan dengan cara melalui karyawan yang sehari-hari berinteraksi langsung dengan konsumen, setelah itu karyawan diminta untuk merangkum keinginan apa saja yang diinginkan oleh konsumen atas jasa yang diberikan lalu disampaikan kepada direktur utama atau pemilik jasa layanan.

Sebuah penyedia jasa layanan dapat dikatakan memiliki kualitas pelayanan yang baik atau memuaskan apabila dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari konsumen (Ginting & Halim, 2012: 182). Kebutuhan dan harapan yang dimiliki konsumen apabila dapat seluruhnya dipenuhi oleh penyedia jasa layanan akan tercipta sebuah rasa kepercayaan konsumen terhadap jasa yang diberikan atau disebut dengan loyalitas konsumen. Konsumen tetap akan bermunculan jika semakin banyak harapan dan kebutuhan konsumen yang terpenuhi, sehingga penyedia jasa layanan dapat melakukan analisa pemasukan tetap perusahaan ketika rapat evaluasi perusahaan yang dilakukan secara berkala umumnya tiap bulan dan akhir tahun.

Kualitas pelayanan pada pertemuan pertama dengan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen terhadap penyedia jasa layanan, pertemuan pertama sangat menentukan bagaimana respon konsumen terhadap apa yang

ditawarkan. Setelah tercipta kepuasan konsumen yang baik, konsistensi pemberian kualitas pelayanan harus dilakukan oleh produsen atau penyedia jasa layanan dengan harapan pelanggan atau konsumen menggunakan jasa seorang produsen dalam jangka waktu yang lama.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan berbagai metode yang telah dibuat oleh para ahli. Alat ukur tingkat kualitas pelayanan atau *service quality* saat ini yang populer yaitu metode yang dikembangkan oleh Zeithaml bernama *SERVQUAL*. Menurut Zeithaml yang dikutip oleh (Fikri, Wiyani & Suwandar, 2016: 120) indikator untuk mengukur kualitas pelayanan antara lain *tangible* (bukti langsung), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Kelima indikator tersebut disusun dalam bentuk kuesioner pertanyaan. Setiap indikator disusun sejumlah pernyataan atau pertanyaan sama rata dengan beberapa alternatif jawab yang nantinya diberikan kepada sampel penelitian.

#### 4. *Fitness Center*

*Fitness center* atau biasa disebut pusat kebugaran merupakan sebuah usaha yang menyediakan jasa layanan fasilitas berolahraga. Menurut Usaha ini berkembang pesat seiring berjalannya waktu dan teknologi. Berbagai macam variasi dilakukan oleh manajemen pusat kebugaran untuk menarik konsumen. Pusat kebugaran muncul didasari oleh sebuah permasalahan di masyarakat yaitu tentang kebutuhan masyarakat untuk memiliki tubuh yang bugar tetapi terkendala oleh waktu dan tempat. Kesibukan masyarakat khususnya di perkotaan membuat waktu yang digunakan untuk berolahraga dapat dikatakan kurang. Jam kerja yang panjang

tentu sangat mempersempit waktu luang masyarakat untuk berolahraga. Tempat olahraga seperti ruang terbuka memiliki jam operasional yang pendek, sehingga banyak masyarakat tidak bisa berolahraga setelah melakukan aktivitas sehari-hari.

Pusat kebugaran hadir untuk menjawab permasalahan tersebut. Berbagai macam pusat kebugaran di kota-kota besar memberikan fasilitas layanan bagi masyarakat yang ingin berolahraga dengan nuansa yang berbeda. Suharjana (2013: 136) mengatakan pusat kebugaran memiliki keunggulan dibandingkan dengan tempat olahraga lain yaitu dapat dilakukan kapanpun. Masyarakat dapat memilih pusat kebugaran yang memiliki jam operasional panjang atau sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Rata-rata pusat kebugaran melayani konsumen setiap hari dengan jam buka dari pagi hingga malam hari, hal ini dikarenakan konsumen yang dituju yaitu masyarakat yang memiliki aktivitas padat dan hanya memiliki waktu luang malam hari atau *weekend*.

*Fitness center* tentu menjadi pilihan bagi banyak masyarakat. Latihan dapat dilakukan kapanpun tinggal masyarakat melakukan pemilihan *fitness center* mana yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Berbagai macam pusat kebugaran menyediakan fasilitas olahraga kepada konsumen menggunakan alat khusus. Masyarakat perkotaan yang memiliki waktu luang sedikit untuk berolahraga tentunya memiliki alasan tersendiri mengapa memilih pusat kebugaran untuk menjaga kondisi kebugaran jasmani dibanding melakukan olahraga di tempat lain seperti lapangan atau kolam renang. Fasilitas canggih serta variasi program latihan menjadi alasan masyarakat perkotaan untuk memilih berolahraga di pusat kebugaran Sutawijaya, Sugiyanto & Riyadi (2020: 190).

Dewasa ini, keberadaan *fitness center* dapat dijumpai di kota besar maupun kecil. Persaingan pelayanan yang diberikan dari manajemen untuk konsumen semakin memberikan kesempatan konsumen untuk memilih pusat kebugaran yang cocok. Penentuan tarif layanan tentu melihat fasilitas yang ada serta lokasi pusat kebugaran tersebut berada. Manajemen harus teliti dalam pemasangan tarif layanan dengan cara menentukan konsumen yang dituju. Pendapatan konsumen yang dituju sangat menentukan tarif layanan yang nantinya akan ditawarkan oleh manajemen. Setelah menentukan tarif dengan melihat fasilitas serta pendapatan konsumen, manajemen perlu melihat pesaing bisnis serupa khususnya yang berada dalam satu lingkup daerah agar kepercayaan konsumen tetap terjaga dan konsumen baru semakin bertambah dari waktu ke waktu.

#### 5. *Personal trainer (PT)*

Olahraga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kondisi tubuh yang bugar agar dapat menjalankan aktivitas sehari-hari tanpa merasakan rasa lelah. Sesuai dengan penelitian ini lokasi berolahraga dilakukan di *fitness center*. Dalam dunia kebugaran khususnya di pusat kebugaran, manajemen selalu memberikan fasilitas layanan yang terbaik untuk konsumen. Salah satu layanan yang diberikan manajemen kepada konsumen yaitu ketersediaan *personal trainer* di tempat latihan.

*Personal trainer* terdiri dari dua buah kata, yaitu *personal* dan *trainer*. Dua buah kata tersebut jika diartikan dalam bahasa Inggris yaitu “*personal*” berarti pribadi dan “*trainer*” berarti pelatih atau instruktur, sehingga dapat diartikan *personal trainer* adalah pelatih atau instruktur pribadi. Pengertian dari *personal trainer* menurut (Haryawan, Purba & Tangkudung, 2018: 123) adalah seseorang

yang berkompeten dalam bidang olahraga dan memberikan latihan kepada satu orang. Personal *trainer* adalah seseorang yang memiliki keahlian dalam bidang latihan kebugaran jasmani di sebuah pusat kebugaran dan mendampingi konsumen baik individu atau kelompok saat berlatih.

Sebagai seorang *PT* tentu memiliki tugas utama yaitu mendampingi konsumen untuk berlatih sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Bagi konsumen atau biasa disebut *member* yang tergolong pemula, ketersediaan *PT* sangat dibutuhkan untuk dapat mencapai apa yang *member* inginkan selama melakukan latihan. Kompetensi tinggi yang dimiliki *PT* sesuai dengan bidang yang ditekuni merupakan salah satu faktor keberhasilan sebuah pusat kebugaran. Ketersediaan alat yang memadai tanpa ada layanan *PT* dapat menjadi faktor penghambat pusat kebugaran tersebut untuk berkembang atau lebih maju. *Member-member* baru perlu arahan dari seseorang yang berkompeten dalam bidang latihan di pusat kebugaran karena tidak semua *member* datang ke pusat kebugaran paham tentang tata cara latihan dan penggunaan alat *fitness* yang baik, benar, dan aman.

Menurut Suharto yang dikutip oleh (Rismayanthi & Kurnianto, 2015) seorang *PT* harus menguasai beberapa hal, antara lain:

- a. Mampu melaksanakan variasi program latihan.
- b. Melatih dan menguasai ilmu dasar seperti ilmu gizi, prinsip latihan, anatomi, dan fisiologi manusia.
- c. Memahami dan menerapkan ilmu dasar biomekanika olahraga.
- d. Mampu mengatasi kendala yang dialami konsumen.

Berdasarkan keempat hal diatas, tentunya *PT* perlu memiliki ijazah atau berasal dari lulusan olahraga. Dewasa ini pelatihan atau sertifikasi *PT* telah banyak diselenggarakan. Jika melihat 2 komponen yang harus dikuasai *PT* diatas, khususnya poin nomor 2 dan 3 tidak dapat dipelajari dalam waktu yang singkat. Persaingan *PT* saat ini tergolong ketat, karena banyak konsumen hanya melihat *PT* dari penampilan luar seperti bentuk badan yang proporsional. Dibalik itu, konsumen juga harus mengetahui *PT* yang baik tidak hanya dilihat dari penampilan luar saja, seorang *PT* wajib memahami tentang ilmu gizi, prinsip latihan, anatomi, fisiologi, dan biomekanika. Hal ini karena seluruh rangkaian program latihan yang disusun *PT* untuk diberikan kepada konsumen bersumber dari ilmu-ilmu tersebut, sehingga *PT* wajib mengetahui ilmu tersebut.

Hal lain yang perlu diperhatikan seorang *PT* yaitu perhatian kepada *member*. Tujuan program latihan memang harus dipenuhi, tetapi pekerjaan sehari-hari *member* perlu dimengerti oleh *PT*. *Member* menginginkan keberhasilan latihan yang dijalani dengan pemaksaan kepada kondisi tubuh yang sedang tidak dalam kondisi terbaik akan berakibat fatal. Kondisi ini, *PT* perlu memberikan pemahaman kepada *member* akan risiko yang kemungkinan bisa terjadi. Aktivitas harian padat dapat menguras energi *member*, sehingga ketika berlatih tidak maksimal. *PT* harus membuat variasi program latihan menyesuaikan aktivitas dan kondisi kesehatan *member*.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang pernah dilakukan dan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

## 1. Penelitian oleh Ma'arif Hadang Prasetya Widodo

Penelitian oleh Ma'arif Hadang Prasetya Widodo pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan member terhadap program latihan dan jasa layanan yang diberikan oleh personal trainer se Kabupaten Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan metode survei dengan instrumen angket. Metode pengambilan sampel penelitian ini adalah *insidental sampling* pada *member* yang menggunakan jasa *personal trainer* di Kabupaten Sleman dengan jumlah 40 orang. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 40 responden, sebanyak 25 orang (62,50 %) menyatakan berkategori puas; sebanyak 12 orang (30 %) berkategori kurang puas, 3 orang (7,50 %) berkategori tidak puas. Berdasarkan hasil tersebut diketahui tingkat kepuasan member terhadap program latihan dan jasa layanan yang diberikan oleh personal trainer se Kabupaten Sleman berada pada kategori puas

## 2. Penelitian oleh Handoko Dwi Purnomo

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Handoko Dwi Purnomo dengan judul “Kepuasan *Member* pada Program Personal Trainer di *Celebrity Fitness Supermall*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan instrumen penelitian observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data menggunakan cara perhitungan skala *likert*. Hasil penelitian ini berdasarkan perhitungan dimensi kualitasnya dimensi Tangibles 93.4%, Reliability 93.4%, Responsiveness 93.2%,

Assurance 92.4%, Empathy 91.8% yang berarti sangat memuaskan. Sehingga dapat diketahui bahwa persepsi atau kinerja pada mengenai program yang diberikan *personal trainer* pada *member* memiliki kinerja sangat memuaskan dengan rata-rata total persepsi atau kinerja sebesar 92.84% dan Bentuk-bentuk program di *celebrity fitness* yaitu: *Better Body Shape, Better Muscle Strength, Better Athletic Performance, Better Health and Fitness*

Penelitian ini membahas tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC UNY*. Setelah dilakukan penelitian ini, harapan yang diinginkan yaitu *PT Fitness HSC UNY* dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi seluruh *PT* untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan bersama-sama berkontribusi untuk menjadikan *Fitness HSC UNY* menjadi jasa layanan *fitness* terbaik di Yogyakarta. Masing-masing *PT* akan dibagikan jawaban sampel penelitian yaitu konsumen atau *member* yang dilatih atau didampingi agar *PT* dapat mengevaluasi tentang pelayanan yang selama ini telah diberikan kepada *member*.

### **C. Kerangka Berpikir**

Sebuah penelitian memerlukan kerangka berpikir yang sistematis. Kerangka berpikir dimulai dari pertama kali penulis menemukan masalah untuk dijadikan judul penelitian. Melalui kerangka berpikir pembaca dapat mengetahui bagaimana awal mula masalah penelitian muncul dan memahami alur pikiran peneliti untuk memecahkan masalah yang terjadi.

Masalah penelitian bermula dari Gedung *HSC* UNY. Tersedia beberapa layanan di dalam Gedung *HSC* UNY, salah satu layanan yang tersedia yaitu divisi kebugaran jasmani atau *fitness center* dan terdapat layanan khusus jasa *PT* dan *PT* tersebut terdaftar sebagai karyawan resmi *HSC* UNY. Terdapat beberapa konsumen yang menggunakan jasa layanan *PT Fitness HSC* UNY. Konsumen menerima jasa layanan yang diberikan *PT* dan akan menilai tingkat kepuasan atas jasa pelayanan yang diterima. Masalah penelitian ini berujung pada belum pernah dilakukan penelitian yang membahas tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC* UNY. Berikut gambar bagan kerangka berpikir penelitian ini.



**Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir Penelitian**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang berbentuk deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Data akan dikumpulkan menggunakan angket atau kuesioner berbentuk *google form*. Harapannya hasil penelitian ini dapat menggambarkan keadaan sesungguhnya tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC UNY*.

### **B. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan yang timbul setelah seseorang membeli dan menggunakan barang atau jasa sesuai dengan apa yang diinginkan. Perasaan yang timbul akan berbanding lurus dengan apa yang diterima oleh konsumen. Meraih kepuasan konsumen perlu cara pemasaran dan target pasar yang tepat, agar setelah konsumen menggunakan barang atau jasa yang kita tawarkan ketika pemasaran sesuai dengan apa yang konsumen inginkan.

Variabel kedua yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu serangkaian perlakuan yang diberikan pihak penyedia barang atau jasa kepada konsumen. Penilaian tentang kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkala demi menjaga tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa layanan. Kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila pelayanan yang telah diterima sesuai dengan keinginan konsumen. Diperlukan sebuah tim yang solid dengan komitmen tinggi terhadap tujuan perusahaan, demi menciptakan

kualitas pelayanan yang baik. Komitmen tinggi untuk mewujudkan cita-cita perusahaan yang dimiliki oleh manajer utama dan karyawan akan berdampak kepada pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen baik ketika pemasaran atau pada saat pelayanan.

Pengukuran kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC* UNY dapat dilakukan dengan berbagai metode yang tersedia. Penelitian ini menggunakan metode *SERVQUAL*, yaitu melalui sebuah kuesioner dengan kriteria-kriteria tertentu yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Penulis akan memberikan alternatif jawaban dalam kuesioner tersebut mengacu kepada metode perhitungan menggunakan skala *likert*. Tersedia 4 alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh sampel penelitian sesuai dengan apa yang dirasakan ketika menerima pelayanan oleh penyedia jasa layanan. Metode *SERVQUAL* terdiri dari 5 aspek dengan penjelasan kisi-kisi masing-masing aspek yang akan dijelaskan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1. Aspek dan Kisi-Kisi Pernyataan**

No	Aspek	Kisi-Kisi Pernyataan
1.	<i>Tangible</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil yang dirasakan konsumen</li> </ul>
2.	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan atau kompetensi <i>PT</i></li> <li>• Jadwal latihan</li> </ul>
3.	<i>Responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tanggap dan kesiapan <i>PT</i></li> </ul>
4.	<i>Assurance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keamanan</li> <li>• Jaminan</li> </ul>
5.	<i>Empathy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses konsumen kepada <i>PT</i></li> <li>• Perhatian <i>PT</i> kepada konsumen</li> </ul>

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di *Fitness HSC* UNY. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 11-17 Desember 2020.

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi yaitu suatu kumpulan individu yang sejenis dan berada dalam suatu tempat yang sama. Alfianika (2018: 98) mengatakan populasi yaitu jumlah keseluruhan subjek yang ada di dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berlatih di *Fitness Health and Sport Center Fitness* Universitas Negeri Yogyakarta sepanjang tahun 2020 berjumlah 700 orang.

### **2. Sampel**

Sampel yaitu sebagian dari suatu populasi Atika & Tarigan (2014: 21). Menurut Arikunto yang dikutip oleh Febriati (2013: 212 ) sampel adalah wakil populasi yang diteliti. Dapat disimpulkan sampel adalah sebagian atau wakil yang tergabung dalam sebuah populasi penelitian. Pemilihan sampel adalah sebuah langkah penting dalam mendukung keberlanjutan penelitian. Pemilihan sampel yang benar dan dengan kaidah pemilihan akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data ketika observasi. Tersedia banyak pilihan metode pemilihan sampel yang tersedia. Kebebasan metode pemilihan sampel disesuaikan dengan keadaan di lapangan ketika peneliti akan melakukan penelitian.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pemilihan sampel *purposive sampling*. Menurut Rompas (2013: 255) *purposive sampling* metode pengambilan sampel dimana sampel penelitian yang digunakan dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Sugiyono dalam Rosdianto, Murdani & Hendra (2017: 57) mengatakan *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penentuan sampel menggunakan metode

*purposive sampling* akan mendapatkan sampel penelitian yang memenuhi kriteria tertentu.

Penggunaan metode *purposive sampling* agar mendukung penelitian yang dilakukan. terdapat 1 kriteria sampel yang wajib terpenuhi sehingga sampel tersebut dapat digunakan menjadi sampel penelitian ini, yaitu konsumen pengguna jasa layanan *personal trainer Fitness HSC UNY*. Berdasarkan kriteria diatas, bagi konsumen yang menggunakan jasa layanan *personal trainer* tidak terdaftar sebagai instruktur kebugaran di *Fitness HSC UNY* tidak masuk kriteria untuk menjadi sampel penelitian. Hal ini karena tujuan penelitian ini yaitu *PT Fitness HSC UNY* dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang telah diberikan pelayanan sehingga hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi untuk bersama-sama meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang telah diberikan.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan *PT Fitness HSC UNY* yaitu menggunakan metode *SERVQUAL* berbentuk kuesioner yang terdiri dari 5 aspek pernyataan yaitu *tangible, empathy, reliability, responsive, dan assurance*. Kelima aspek tersebut disusun sedemikian rupa hingga tersusun 50 pernyataan dengan masing-masing 10 pernyataan masing-masing aspek dan 4 alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden untuk mengukur tingkat kepausan konsumen atau disebut dengan skala *likert*. Kuesioner yang disusun oleh peneliti adalah kuesioner yang belum pernah disusun dan digunakan pada penelitian sejenis sebelumnya, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut agar instrumen penelitian

dapat digunakan untuk mengambil data penelitian. Berikut penjelasan dalam bentuk tabel berisikan 50 butir pernyataan yang disusun peneliti untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta 4 alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden

**Tabel 2. Deskripsi Kuesioner Untuk Uji Instrumen**

No	Aspek	Butir Pernyataan
1.	<i>Tangible</i>	1 - 10
2.	<i>Reliability</i>	11 - 20
3.	<i>Responsiveness</i>	20 - 30
4.	<i>Assurance</i>	30 – 40
5.	<i>Empathy</i>	40 – 50

**Tabel 3. Alternatif Jawaban Pernyataan**

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju/Sangat Buruk	1
2.	Tidak Setuju/Buruk	2
3.	Setuju/Baik	3
4.	Sangat Setuju/Sangat Baik	4

Uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan di *The Fit Lab* yang bertempat di Hotel Tara Area, Jalan Magelang No. 129, Sinduadi, Mlati, Kricak, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu tanggal 25 November-1 Desember 2020, dibagikan kepada 13 responden yang menggunakan jasa *PT The Fit Lab* berjumlah 3 orang. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan menggunakan bantuan *software SPSS 25.0*, kuesioner yang disusun peneliti memiliki tingkat reliabilitas 0,875 dan terdapat 10 butir pernyataan yang tidak valid, karena menurut Kamilah (2014: 80) nilai  $r$  tabel 13 orang sampel yaitu 0,553 sehingga 10 butir pernyataan tersebut digugurkan dan tidak digunakan untuk instrumen penelitian pengambilan data karena tidak memenuhi syarat  $r$  tabel yaitu

0,553. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner peneliti akan dijelaskan dibawah ini dengan sajian bentuk tabel reliabilitas uji instrumen dan nilai validitas masing-masing pernyataan peneliti sajian pada bagian lampiran.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	50

**Tabel 4. Butir Pernyataan Gugur**

No	Aspek	Jumlah Pernyataan Gugur	Nomor Pernyataan Gugur
1.	<i>Tangible</i>	1	6
2.	<i>Reliability</i>	-	-
3.	<i>Responsiveness</i>	2	23 dan 24
4.	<i>Assurance</i>	4	37,38,39 dan 40
5.	<i>Empathy</i>	3	41,42, dan 49

Setelah uji instrumen dilakukan, sesuai paragraf sebelumnya 10 butir pernyataan yang dijelaskan dalam tabel diatas tidak dimasukkan dalam kuesioner penelitian karena memenuhi nilai r tabel, sehingga tersusun kuesioner yang akan digunakan peneliti untuk mengambil data yaitu sejumlah 40 pernyataan yang memenuhi syarat uji validitas instrumen.

Sesuai dengan arahan *PT Fitness HSC UNY*, untuk mendapatkan jumlah responden yang banyak kuesioner peneliti dapat dimodifikasi dengan bantuan *google form*. Arahan ini bertujuan untuk menghemat waktu serta tidak mengganggu waktu latihan konsumen yang dijadikan sampel. Era pandemic *Covid-19* membuat manajemen *Fitness HSC UNY* menerapkan aturan protokol Kesehatan yang ketat. Contoh aturan protokol Kesehatan di *Fitness HSC UNY* yaitu batasan durasi latihan seluruh konsumen yaitu 90 menit. Tujuan modifikasi kuesioner peneliti

menggunakan bantuan *google form* yaitu mengurangi kontak langsung dengan konsumen dan mempersilahkan konsumen untuk mengisi kuesioner ketika sedang tidak berlatih melalui *gadget* atau *smartphone* yang dimiliki. Batasan waktu latihan akan menghabiskan waktu yang banyak bagi konsumen untuk mengisi.

## **F. Teknik Pengambilan Data**

Pada skripsi ini peneliti melakukan beberapa tahap untuk pengambilan data di tempat penelitian. Teknik pengambilan secara garis besar dibagi menjadi 4 tahapan yaitu uji instrumen, menguji validitas dan reliabilitas instrumen, pelaksanaan penelitian, mengolah data penelitian hingga mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Seluruh kegiatan dimulai dengan kegiatan observasi lapangan. Setelah observasi lapangan, peneliti harus memenuhi persyaratan perizinan penelitian. Persyaratan itu berupa surat izin penelitian yang diterbitkan oleh fakultas dan surat izin tersebut diberikan kepada manajer lokasi penelitian sebagai tanda bukti yang sah peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut.

Langkah-langkah atau tahapan teknik pengambilan data penelitian yang telah dipaparkan diatas perlu disajikan dengan ringkas. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pembaca mengetahui langkah-langkah atau tahapan yang dilakukan peneliti dalam proses pengambilan data penelitian. Contoh bentuk penyajian yang ringkas dapat dipaparkan dalam bentuk tabel dan gambar diagram. Berikut dijelaskan tentang teknik pengambilan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penjelasan akan disajikan dalam bentuk tabel dimulai dari langkah-langkah uji instrumen hingga mengambil data penelitian.

**Tabel 5. Teknik Pengambilan Data**

<b>NO</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>PENJELASAN</b>
1.	Observasi Lokasi Uji Instrumen	Peneliti melakukan observasi di lokasi uji coba instrumen penelitian.
2.	Membuat Surat Izin Uji Instrumen	Peneliti membuat surat izin uji coba instrumen yang digunakan untuk kelengkapan administrasi.
3.	Pengambilan Data Uji Instrumen & Pendampingan	Peneliti menyerahkan surat izin uji coba instrumen serta melakukan uji coba instrumen dengan cara membagikan serta melakukan pendampingan kepada sampel yang mengisi kuesioner.
4.	Uji Validitas&Reliabilitas	Setelah seluruh sampel mengisi kuesioner, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner menggunakan bantuan <i>software SPSS 25.0</i>
5.	Seleksi Kuesioner	Peneliti melakukan seleksi pernyataan kuesioner, pernyataan yang tidak valid, tidak dimasukkan ke dalam kuesioner yang akan digunakan untuk penelitian
6.	Observasi Lokasi Penelitian	Peneliti melakukan observasi di lokasi penelitian
7.	Membuat Surat Izin Penelitian	Peneliti membuat surat izin penelitian yang digunakan untuk kelengkapan administrasi.
8.	Pengambilan Data Penelitian	Peneliti menyerahkan surat izin penelitian serta melakukan pengambilan data dengan cara membagikan serta melakukan pendampingan kepada sampel yang mengisi kuesioner.
9.	Pengolahan Data Penelitian	Peneliti melakukan pengolahan data penelitian

## G. Teknik Analisis Data

Sesuai dengan kriteria jawaban yang tersedia dalam kuesioner yaitu terdapat 4 buah alternatif jawaban dan dapat dilihat pada tabel 3. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data perhitungan skala *likert* pada masing-masing item pernyataan sehingga menghasilkan hasil penelitian yang akurat. Menurut Riduwan yang dikutip oleh (Purnomo & Tjahjono, 2016: 3) skala *likert* dapat dihitung menggunakan rumus

$$P = \frac{\text{Skor Total}}{\text{Skor Kriteria}} \times 100\%$$

Keterangan

P = Persentase

Skor Total = Total responden x jumlah skor alternatif jawaban

Skor Kriteria = Skor tertinggi x Jumlah responden

**Tabel 6. Kriteria Interpretasi Skor**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
0% - 20%	Sangat Tidak Memuaskan
21% - 40 %	Tidak Memuaskan
41% - 60%	Cukup Memuaskan
61% - 80%	Memuaskan
81% - 100%	Sangat Memuaskan

Sumber: Riduwan dikutip oleh (Purnomo & Tjahjono, 2016: 3)

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Hasil analisis data menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC UNY* masuk dalam kategori sangat memuaskan dengan nilai rata-rata keseluruhan aspek 87%. Penjelasan lebih detail hasil penelitian pada masing-masing aspek, aspek *tangible* menghasilkan nilai 87%, aspek *reliability* menghasilkan nilai 88%, aspek *responsiveness* menghasilkan nilai 89%, aspek *assurance* menghasilkan nilai 88% dan aspek *empathy* menghasilkan nilai 81%. Analisis data menggunakan metode skala *likert*. Perhitungan dilakukan pada masing-masing pernyataan. Proses ini diharapkan memudahkan pembaca untuk mengetahui hasil penelitian secara detail di masing-masing pernyataan atau masing-masing aspek.

Berdasarkan hasil penelitian, *PT* yang terdaftar secara resmi sebagai karyawan *Fitness HSC UNY* berjumlah 4 orang yaitu 3 orang laki-laki dan 1 orang perempuan. Metode pengambilan sampel *purposive sampling* menghasilkan jumlah sampel sebanyak 15 orang yaitu 5 orang laki-laki dan 10 orang perempuan dengan rentang umur mulai dari 20 tahun hingga 49 tahun.

**Tabel 7. Nama dan Jenis Kelamin PT HSC UNY**

No	Nama <i>PT</i>	Jenis Kelamin
1.	Teguh	Laki-Laki
2.	Burhaan	Laki-Laki
3.	Rifki	Laki-Laki
4.	Nina	Perempuan

Kuesioner dibagikan secara *online* sesuai dengan arahan *PT Fitness HSC* UNY agar tidak mengganggu waktu latihan konsumen karena terdapat batasan waktu latihan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Berikut hasil penelitian tingkat kepuasan member terhadap kualitas pelayanan *PT Fitness HSC* UNY dalam bentuk tabel dengan kriteria interpretasi skor pada masing-masing pernyataan.

**Tabel 8. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek *Tangible***

No	Pernyataan	Jumlah Per Item				Persentase (%)	Kriteria
		4	3	2	1		
		SS	S	TS	STS		
1.	1	10	5	0	0	92	Sangat Memuaskan
2.	2	5	10	0	0	92	Sangat Memuaskan
3.	3	5	10	0	0	83	Sangat Memuaskan
4.	4	6	9	0	0	85	Sangat Memuaskan
5.	5	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
6.	6	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
7.	7	5	8	2	0	80	Sangat Memuaskan
8.	8	8	7	0	0	88	Sangat Memuaskan
9.	9	6	9	0	0	85	Sangat Memuaskan
<b>Rata-Rata Aspek <i>Tangible</i></b>						<b>87</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

**Tabel 9. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek *Reliability***

No	Nomor Pernyataan	Jumlah Per Item				Persentase (%)	Kriteria
		4	3	2	1		
		SS	S	TS	STS		
1.	10	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
2.	11	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
3.	12	10	5	0	0	92	Sangat Memuaskan
4.	13	8	7	0	0	88	Sangat Memuaskan
5.	14	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
6.	15	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
7.	16	10	5	0	0	92	Sangat Memuaskan
8.	17	8	7	0	0	88	Sangat Memuaskan
9.	18	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
10.	19	3	10	2	0	77	Memuaskan
<b>Rata-Rata Aspek <i>Reliability</i></b>						<b>88</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

**Tabel 10. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek *Responsiveness***

No	Nomor Pernyataan	Jumlah Per Item				Persentase (%)	Kriteria
		4	3	2	1		
		SS	S	TS	STS		
1.	20	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
2.	21	8	7	0	0	88	Sangat Memuaskan
3.	22	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
4.	23	11	4	0	0	93	Sangat Memuaskan
5.	24	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
6.	25	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
7.	26	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
8.	27	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
<b>Rata-Rata Aspek <i>Responsiveness</i></b>						<b>89</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

**Tabel 11. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek *Assurance***

No	Nomor Pernyataan	Jumlah Per Item				Persentase (%)	Kriteria
		4	3	2	1		
		SS	S	TS	STS		
1.	28	11	4	0	0	93	Sangat Memuaskan
2.	29	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
3.	30	9	6	0	0	90	Sangat Memuaskan
4.	31	6	9	0	0	85	Sangat Memuaskan
5.	32	8	7	0	0	88	Sangat Memuaskan
6.	33	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
<b>Rata-Rata Aspek <i>Assurance</i></b>						<b>88</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

**Tabel 12. Distribusi Hasil Kuesioner Aspek *Empathy***

No	Nomor Pernyataan	Jumlah Per Item				Persentase (%)	Kriteria
		4	3	2	1		
		SS	S	TS	STS		
1.	34	1	10	4	0	70	Memuaskan
2.	35	2	10	3	0	73	Memuaskan
3.	36	7	8	0	0	87	Sangat Memuaskan
4.	37	8	6	1	0	87	Sangat Memuaskan
5.	38	6	8	1	0	83	Sangat Memuaskan
6.	39	3	12	0	0	80	Sangat Memuaskan
7.	40	7	8	0	0	87	
<b>Rata-Rata Aspek <i>Empathy</i></b>						<b>81</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

**Tabel 13. Tingkat Kepuasan Konsumen Ssecara Keseluruhan**

No	Aspek	Persentase (%)	Kategori
1.	<i>Tangible</i>	87	Sangat Memuaskan
2.	<i>Reliability</i>	88	Sangat Memuaskan
3.	<i>Responsiveness</i>	89	Sangat Memuaskan
4.	<i>Assurance</i>	88	Sangat Memuaskan
5.	<i>Empathy</i>	81	Sangat Memuaskan
<b>Rata-Rata</b>		<b>87</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

### **B. Pembahasan**

Hasil penelitian pada tabel 13. menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *PT HSC UNY* memiliki jumlah persentase 87% yang menunjukkan bahwa nilai tersebut masuk dalam kategori sangat memuaskan. Terdapat 5 aspek pernyataan di dalam kuesioner penelitian. Berdasarkan tabel. Menunjukkan bahwa seluruh aspek kuesioner memiliki persentase sama dengan atau lebih dari 81% (sangat memuaskan). Nilai persentase tertinggi ada pada aspek *responsiveness* yaitu 89%, sedangkan nilai persentase paling rendah berada pada aspek *empathy* yaitu 81%.

Rata-rata persentase keseluruhan yang masuk dalam kategori sangat memuaskan sesuai dengan landasan teori tentang hal-hal apa saja yang harus dikuasai seorang *PT*. Kajian teori menunjukkan bahwa ilmu-ilmu dasar ilmu gizi, prinsip latihan, anatomi, fisiologi manusia dan biomekanika olahraga merupakan ilmu wajib yang harus dipahami *PT*. Perkuliahan yang ditempuh *PT* membahas semua ilmu-ilmu diatas secara detail, sehingga *PT* memahami dan dapat memberikan contoh kepada konsumen bagaimana melakukan gerakan yang baik dan aman sekaligus pembuatan program yang terstruktur.

Menurut Sunardi, Sudibjo & Sukamti (2020: 1) Ilmu yang mendalami tentang struktur tubuh dan diuraikan menjadi bagian-bagian yang lebih kecil disebut ilmu anatomi. Anatomi menjadi salah satu dasar *PT Fitness HSC UNY* dalam menyusun program latihan. Fisiologi merupakan cabang dari ilmu anatomi. Ilmu yang mendalami tentang fungsi tubuh ketika tubuh berada dalam kondisi normal disebut ilmu fisiologi (Roosita et.al 2016: 2). Fisiologi manusia berarti ilmu yang mendalami tentang fungsi tubuh manusia ketika tubuh manusia tersebut dalam kondisi normal. Menurut Sukania, Widodo & Natalia (2013: 20) biomekanika adalah sebuah ilmu yang melibatkan hukum fisika terutama mekanik dan teknik berdasarkan lingkungan sekitar dan ilmu biologi. Ilmu biomekanika dipelajari untuk menganalisis gerakan tubuh manusia dalam melakukan aktivitas harian dengan baik, benar dan aman.

Penyusunan latihan dibuat berdasarkan pertimbangan ilmu-ilmu tersebut, sehingga *PT Fitness HSC UNY* dapat memberikan penjelasan kepada konsumen tentang program latihan yang disusun memiliki pertimbangan tertentu agar tidak terjadi kesalahan tujuan latihan bahkan cedera akibat berlatih. Contoh program latihan yang diberikan *PT Fitness HSC UNY* yaitu *physical fitness, fat loss, body shaping* dan *body building*. Kompetensi yang dimiliki oleh *PT Fitness HSC UNY* dapat memberikan jawaban kepada konsumen terutama dalam hal hasil program latihan. Banyak pertimbangan yang harus dipikirkan dalam penyusunan program. Keinginan konsumen untuk mendapatkan hasil latihan secara instan dapat dijelaskan dengan rinci oleh masing-masing *PT*.

Contoh pertimbangan yang perlu dipikirkan yaitu apabila gizi yang dikonsumsi konsumen tidak mendukung proses regenerasi otot akibat digunakan untuk berlatih maka proses regenerasi otot akan memerlukan waktu yang lama. Pertimbangan atau ilmu tersebut dapat dijelaskan kepada konsumen berkaitan dengan hasil latihan yang tidak dapat diperoleh secara instan. *PT* dapat menjelaskan kepada konsumen secara ilmiah sesuai dengan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan, yaitu gizi yang sesuai dengan kebutuhan latihan, sehingga kompetensi yang dimiliki *PT Fitness HSC UNY* dapat menjawab keinginan sebagian besar konsumen yang menginginkan hasil latihan yang instan berdasarkan keilmuan yang ada, hasil latihan yang instan tidak akan pernah bisa diperoleh karena ada pertimbangan tertentu yang membuat hasil latihan tidak dapat diperoleh secara instan dengan contoh pertimbangan di atas.

Aspek *responsiveness* menjadi aspek yang memiliki nilai persentase kepuasan paling tinggi yaitu 89%. Tabel 2. menjelaskan bahwa pernyataan aspek *responsiveness* memiliki kisi-kisi daya tanggap dan kesiapan *PT HSC UNY* dalam mendampingi konsumen ketika latihan. Kisi-kisi tersebut menunjukkan *PT HSC UNY* menguasai materi serta tata cara melaksanakan program latihan dengan baik dan benar. Contoh pernyataan aspek *responsiveness* dapat dilihat pada lampiran 7. butir soal nomor 20-27. *PT HSC UNY* memiliki daya tanggap serta kesiapan yang baik, ditunjukkan dengan jawaban penelitian pada lampiran 8. seluruh sampel menjawab setuju dan sangat setuju.

Seluruh aspek memiliki status kategori sangat memuaskan yaitu sama dengan atau lebih dari 81%, tetapi dari kelima aspek pernyataan aspek *empathy* menempati

persentase yang paling rendah, yaitu 81%. Empati yaitu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian lebih kepada orang lain sehingga dapat memahami apa yang sedang dirasakan. Menurut Bošnjaković & Radionov (2018: 123) empati memberikan kesempatan bagi kita untuk memahami kondisi sosial lingkungan sekitar pada saat tertentu, oleh karena itu aspek *empathy* perlu diperhatikan oleh *PT* mengingat aspek tersebut akan membuat *PT* memahami kondisi sosial lingkungan sekitar khususnya konsumen yang sedang diberi pelayanan.

Pernyataan aspek *empathy* dalam kuesioner terdiri dari 7 butir pernyataan. Melihat data pada tabel 13. walaupun aspek *empathy* masih menunjukkan kategori sangat memuaskan, tetapi pada butir pernyataan nomor 34 dan 35 terdapat 7 orang sampel yang menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut dengan rincian 4 orang menyatakan tidak setuju pada butir pernyataan nomor 34 dan 3 orang pada butir pernyataan nomor 35. Hasil ini menjadi butir pernyataan paling banyak tidak disetujui oleh sampel dibandingkan butir yang lain. Butir pernyataan 34 dan 35 berisikan tentang *PT* mengingatkan konsumen terkait makanan sehari-hari serta memperhatikan aktivitas sehari-hari konsumen. Apabila hal ini tidak diperhatikan oleh *PT*, akan menjadi salah satu faktor konsumen tidak menggunakan jasa *PT* kembali. Mengingatkan konsumsi makanan harian sangat penting dan harus diberikan kepada konsumen mengingat gizi yang dikonsumsi harus tepat sasaran. Tepat sasaran disini dapat diartikan yaitu sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan program latihan. *PT Fitness HSC* UNY berasal dari lulusan kebugaran jasmani pasti memahami tentang ilmu gizi, menjadi kewajiban

bagi *PT* untuk mengingatkan konsumen terkait makanan sehari-hari yang harus dikonsumsi agar program dapat berhasil sesuai dengan rencana.

Perhatian kepada aktivitas sehari-hari konsumen salah satu upaya untuk lebih memberikan rasa nyaman kepada konsumen. Konsumen memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda. Perhatian tentang aktivitas harian konsumen perlu dilakukan seluruh *PT* karena akan berdampak kepada kondisi kesehatan konsumen saat menjalani program latihan. Aktivitas padat yang dilakukan konsumen sebelum berlatih akan menyebabkan kondisi fisik konsumen tidak berada pada performa yang terbaik. Apabila kondisi kesehatan konsumen tidak dalam performa yang terbaik dan *PT* tetap memaksakan kondisi tersebut untuk melakukan latihan, hal ini dapat membahayakan keamanan konsumen. Kemungkinan terburuk yaitu sakit bahkan mengalami cedera, sehingga perhatian *PT* terhadap aktivitas harian konsumen perlu dilakukan.

Analisis data masing-masing aspek membantu *PT* dalam hal evaluasi kualitas pelayanan, jika dicermati memang dalam garis besar status kepuasan konsumen berada dalam kategori sangat memuaskan, akan tetapi jawaban seluruh responden yang disajikan dalam bagian lampiran, terdapat beberapa pernyataan selain butir nomor 34 dan 35 dimana beberapa sampel menyatakan jawaban tidak setuju atas pernyataan tersebut. Beberapa pernyataan tersebut antara lain:

1. *PT* merekomendasikan tempat latihan yang nyaman (butir 7)
2. *PT* memberikan referensi menu makanan untuk mendukung keberhasilan program (butir 19).
3. *PT* mengingatkan member terkait menu makanan sehari-hari (butir 34).

4. *PT* memperhatikan aktivitas sehari-hari yang dilakukan member (butir 35).
5. *PT* memberikan sanjungan jika member berhasil mendapatkan apa yang diinginkan (butir 37).
6. *PT* memberikan toleransi latihan ketika member menjalani aktivitas yang berat sebelum berlatih (butir 38).

Jika dirangkum dari 6 pernyataan diatas dapat dijadikan 4 pokok bahasan, yaitu rekomendasi tempat latihan, monitoring menu makanan, monitoring aktivitas konsumen, dan perhatian *PT* kepada konsumen atas keberhasilan konsumen mendapatkan apa yang diinginkan. Rekomendasi tempat latihan dapat dievaluasi dengan cara menanyakan kepada konsumen, faktor apa yang membuat konsumen merasa tidak nyaman, jika faktor lingkungan *PT* dapat melakukan penggantian jadwal latihan sesuai dengan lingkungan yang diinginkan konsumen

Monitoring menu makanan serta aktivitas dapat dipecahkan dengan cara *PT* monitoring menu makanan yang sesuai dengan kebutuhan ketika latihan, setelah itu dilanjutkan dengan menanyakan aktivitas sehari-hari konsumen. Hal ini perlu dilakukan mengingat komposisi gizi yang sesuai dengan kebutuhan program dan kondisi fisik konsumen akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan program. Pernyataan terakhir tentang perlakuan *PT* kepada konsumen ketika konsumen mendapatkan apa yang diinginkan, sangat perlu diberikan. Perlakuan ini sangat berpengaruh dengan psikologis konsumen, ketika konsumen mendapatkan sanjungan atau pujian dari *PT* atas keberhasilan mencapai apa yang diinginkan, otomatis motivasi konsumen untuk giat berlatih akan bertambah seiring keberhasilan yang telah dicapai.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penyusunan penelitian ini terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Keterbatasan tersebut yaitu pandemic virus COVID-19 yang dialami hampir di seluruh dunia termasuk Indonesia. Akibat dari adanya pandemi ini, peneliti mengalami keterbatasan untuk mendapatkan sampel penelitian. Hal ini karena sampel penelitian tidak seluruhnya berlatih di tempat latihan, sehingga minim terjadi komunikasi ssecara intensif peneliti kepada sampel penelitian.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis hasil dan pembahasan penelitian ini yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *personal trainer Fitness HSC UNY* masuk dalam kategori sangat memuaskan dengan persentase nilai keseluruhan 87%. Hal ini sesuai dengan kajian teori, yaitu latar belakang pendidikan *PT Fitness HSC UNY* berasal dari lulusan olahraga dan mendalami bidang khusus yaitu kebugaran jasmani dimana selama perkuliahan mempelajari ilmu-ilmu yang dipaparkan di kajian teori, sehingga *PT Fitness HSC UNY* berkompeten terhadap bidang yang ditekuni.

#### **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas hasil penelitian ini memiliki implikasi yaitu dapat dijadikan bahan evaluasi *PT Fitness HSC UNY* atas jasa layanan yang telah *PT* berikan untuk dapat ditingkatkan kembali agar tingkat kepuasan konsumen seluruh *PT* semakin meningkat.

#### **C. Saran**

Saran peneliti bagi *PT Fitness HSC UNY* yaitu selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, dengan harapan kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik sehingga banyak konsumen yang menggunakan jasa *PT* di *Fitness HSC UNY*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika, N. 2018. Buku Ajar Metode Penelitian Bahasa Indonesia. Yogyakarta: DEEPUBLISH. Diakses melalui <https://books.google.com/>.
- Arifin, Z. (2018). Pengaruh Latihan Senam Kebugaran Jasmani (Skj) Terhadap Tingkat Kebugaran Siswa Kelas V Di Min Donomulyo Kabupaten Malang. *Journal AL-MUDARRIS*, 1(1), 22.
- Atika, T. A., & Tarigan, U. (2014). Prosedur Penerbitan Surat Keputusan Pensiun Pegawai Negeri Sipil pada Badan Kepegawaian Daerah Deli Serdang. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 2(1), 18–30.
- Bangun, S. Y. (2016). Peran Pendidikan Jasmani Dan Olahraga Pada Lembaga Pendidikandi Indonesia. *Publikasi Pendidikan*, 6(3).
- Bošnjaković, J., & Radionov, T. (2018). Empathy: Concepts, theories and neuroscientific basis. *Alcoholism and Psychiatry Research*, 54(2), 123–150.
- Darmayanti, E. (2019). *Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Produsen Tentang Makanan Anak-Anak I . Pendahuluan*. 1(1), 42–51.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Febriati, E.C. (2013). Analisis Penerapan PSAK 55 Atas Cadangan Kerugian Penurunan Nilai. *Jurnal EMBA*, 1(3), 207-217.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 122.
- Firmansyah, M.A. 2018. Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta; DEEPUBLISH. Diakses melalui <https://books.google.com/>.
- Ginting, M., & Halim, D. I. (2012). Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Ukrida dengan Metode Servqual dan Quality Function Deployment (QFD). *Teknik Dan Ilmu Komputer*, 1(2), 182–195.
- Goenadhi, L. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 155–158.

- Harianto, D., Subagio, H. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai de- vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–8.
- Haryawan, T., Purba, R. H., & Tangkudung, A. W. A. (2018). Pemahaman Personal Trainer Tentang Cedera Olahraga dan Program Penurunan Berat Badan di *Fitness Elite Club Epicentrum Kuningan Jakarta*. *Jurnal Segar*, 6(2), 122–136.
- Jimanto, R. B., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop the Premiere Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–7.
- Kamilah, E.N. (2014). *Pengaruh Keterampilan Mengajar Guru Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akuntansi*. Skripsi. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.
- Maulana, A.S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Munandar. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 6(1), 1–9.
- Nugrahaningsih, W., Erlina, M. (2018). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis *Online*. *Jurnal Serambi Hukum*, 51(1), 51.
- Prasetio, A. (2012). Manajemn Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. *Management Analysis Journal*, 1(4).
- Purnomo, H.D., Tjahjono, I. (2016). Kepuasan Member Pada Program Personal Trainer Di *Celebrity Fitness Supermall*. *Jurnal Mahasiswa Unesa*, 6(1), 1-9.
- Quddus, F. S., & Hudrasyah, H. (2014). The Influence of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in PT JNE North Bandung Area. *Journal of Business and Management*, 3(5), 546–556.

- Rao, K.R.M. 2011. *Services Marketing Second Edition*. India: Dorling Kindersley. Diakses melalui <https://books.google.com/>.
- Rismayanthi, C., Kurnianto, A.N. (2015). Kesiapan Profesi Personal Trainer Dalam Penyusunanprogram Latihan Dan Jasa Layanan Yang Diberikanpada Members *Fitness* Di Yogyakarta. *Medikora*, 14(1).
- Rompas, G. P. (2013). Likuiditas, Solvabilitas dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal EMBA*, 1(3), 252–262.
- Roosita, et.al. 2016. *Fisiologi Manusia*. Bogor: IPB Press. Diakses melalui <https://books.google.co.id/>.
- Gulla, R., Oroh, S., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Rosdianto, H., Murdani E., & Hendra. (2017). *Implementasi Model Pembelajaran POE (Predict Observe Explain) Untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Siswa Pada Materi Hukum Newton*. 6(1), 55–58.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sakti, M., Aryanti, D.R., Yuli.Y.W. (2015). Perlindungan konsumen terhadap beredarnya makanan yang tidak bersertifikat halal. *Jurnal Yuridis*, 2(1), 62–77.
- Setiadi,. N.J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif,Tujuan,dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta; PrenadaMedia Group. Diakses melalui <https://books.google.com/>.
- Suharjana. (2013). *ANALISIS PROGRAM KEBUGARAN JASMANI PADA PUSAT-PUSAT KEBUGARAN JASMANI DI YOGYAKARTA*.*Medikora*, 11(2), 135–149.
- Sukania, I., Widodo, L., Natalia, D. (2013). Identifikasi Keluhan Biomekanik dan Kebutuhan Operator Proses Packing di PT X. *Jurnal Energi Dan Manufaktur*, 6(1), 19–24.
- Sulistiono, A. A. (2014). Kebugaran Jasmani Siswa Pendidikan Dasar dan Menengah di Jawa Barat. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 20(2), 223.
- Sunardi, J., Sudibjo, P., Sukamti, E.R. 2020. *Anatomi Manusia*. Yogyakarta: UNY PRESS. Diakses melalui <https://books.google.co.id/>.

- Suprihati & Utami, W. B. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(01), 104–116.
- Suryati, L. 2015. Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Susanto, N., & Lismadiana, L. (2016). Manajemen program latihan sekolah sepakbola (SSB) GAMA Yogyakarta. *Jurnal Keolahragaan*, 4(1), 98.
- Sutawijaya, L.D., Sugiyanto., & Riyadi, S. (2020). *Prosiding Seminar Nasional Rekarta 2020 MENJAGA KEBUGARAN JASMANI MELALUI AKTIVITAS FISIK DI FITNESS CENTER*. 6–7.
- Utama, I.G.B.R. 2014. Pengantar Industri Wisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif. Yogyakarta; DEEPUBLISH. Diakses melalui <https://books.google.com/>.
- Wigati, S. (2011). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 01(01), 22–39.
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301.
- Yusnita, M. 2010. Pola Perilaku Konsumen dan Produsen. Jakarta Bata; CV. Pamularsih. Diakses melalui <https://books.google.com/>.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Izin Uji Instrumen



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 84/UN34.16/LT/2020  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

24 November 2020

Yth. Manajer The Fit Lab  
Hotel Tara Area, Jalan Magelang No. 129, Sinduadi, Mlati, Kricak, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta,  
Daerah Istimewa Yogyakarta 55284

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Abiyu Amajida  
NIM : 17603141018  
Program Studi : Ilmu Keolahragaan - S1  
Judul Tugas Akhir : TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORTS CENTER UNIVERSITAS  
NEGERI YOGYAKARTA  
Waktu Uji Instrumen : 25 November - 1 Desember 2020

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :  
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

## Lampiran 2. Kuesioner Uji Instrumen

**KUESIONER PENELITIAN**  
**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP**  
**PELAYANAN *PERSONAL TRAINER***  
***THE FIT-LAB* YOGYAKARTA**

### A. Identitas Responden

Nama :  
 Usia :  
 Pekerjaan :  
 Jenis Kelamin :

### B. Petunjuk Pengisian

1. Berdoalah sebelum mengisi kuesioner.
2. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama dan teliti
3. Beri tanda *check list* (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Anda pada kolom yang tersedia disamping pertanyaan
4. Keterangan jawaban  
 STS : Sangat Tidak Setuju/Sangat Kurang  
 TS : Tidak Setuju/Kurang  
 S : Setuju/Baik  
 SS : Sangat Setuju/Sangat Baik

### CONTOH

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> menguasai materi latihan				
2.	<i>Personal trainer</i> memiliki catatan program latihan khusus untuk masing-masing <i>member</i>				

#### A. Aspek *Tangible*

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> datang tepat waktu				
2.	<i>Personal trainer</i> selalu <i>standby</i> di lokasi <i>fitness</i> ketika mendampingi latihan				
3.	<i>Personal trainer</i> berpenampilan yang rapi dan menarik				
4.	<i>Personal trainer</i> menjaga penampilan ketika mendampingi latihan				
5.	<i>Personal trainer</i> memiliki bentuk badan yang proporsional				
6.	<i>Personal trainer</i> berpegang teguh dengan profesionalitas ketika melayani <i>member</i>				
7.	<i>Personal trainer</i> memberikan rekomendasi program latihan kepada <i>member</i> pada awal pertemuan				
8.	<i>Personal trainer</i> merekomendasikan tempat latihan yang nyaman				

9.	<i>Personal trainer</i> fokus dengan program latihan awal yang telah disepakati dengan <i>member</i>				
10.	Ketika berhalangan hadir, <i>personal trainer</i> selalu menghubungi <i>member</i>				

**B. Aspek Reliability**

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> menepati jadwal latihan yang telah disepakati dengan <i>member</i>				
2.	Jadwal latihan yang disusun <i>personal trainer</i> tidak mengganggu aktivitas harian <i>member</i>				
3.	Jadwal latihan yang disusun <i>personal trainer</i> tidak bertabrakan dengan jadwal <i>member</i> lain				
4.	<i>Personal trainer</i> menjelaskan manfaat rancangan program latihan dari awal sampai akhir				
5.	Penjelasan yang diberikan <i>personal trainer</i> kepada <i>member</i> mudah dipahami				
6.	<i>Personal trainer</i> memiliki keahlian yang baik dalam merancang program				
7.	<i>Personal trainer</i> menguasai cara penggunaan seluruh alat dengan benar dan aman				
8.	<i>Personal trainer</i> dapat memberikan banyak opsi pilihan atau variasi program latihan				
9.	Program latihan yang dirancang oleh <i>personal trainer</i> sesuai dengan apa yang diinginkan <i>member</i>				
10.	<i>Personal trainer</i> memberikan referensi menu makanan untuk mendukung keberhasilan program				

**C. Aspek Responsiveness**

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> mampu menjawab pertanyaan dari <i>member</i> secara tepat				
2.	<i>Personal trainer</i> mampu berkomunikasi dengan bahasa yang baik				
3.	<i>Personal trainer</i> mampu mengatasi masalah yang dialami <i>member</i> ketika mengalami kendala				
4.	<i>Personal trainer</i> menanggapi keluhan yang dirasakan oleh <i>member</i> dengan cepat				
5.	<i>Personal trainer</i> selalu memastikan kesiapan alat sebelum <i>member</i> menggunakan				
6.	<i>Personal trainer</i> selalu bersedia membantu <i>member</i> ketika sedang berlatih				
7.	<i>Personal trainer</i> memiliki daya tangkap yang baik ketika berkomunikasi dengan <i>member</i>				

8.	<i>Personal trainer</i> memperbaiki gerakan <i>member</i> yang salah ketika berlatih				
9.	<i>Personal trainer</i> menanyakan keluhan yang dialami <i>member</i> secara berkala				
10.	<i>Personal trainer</i> selalu menyiapkan materi sebelum latihan dimulai				

#### D. Aspek Assurance

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> merupakan lulusan dari jurusan olahraga				
2.	<i>Personal trainer</i> memiliki ijazah atau sertifikasi sesuai dengan bidang yang ditekuni				
3.	<i>Personal trainer</i> memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup sesuai dengan bidangnya				
4.	<i>Personal trainer</i> melakukan monitoring perkembangan <i>member</i> setelah berlatih				
5.	<i>Personal trainer</i> bertanggung jawab penuh atas program latihan yang disusun				
6.	<i>Personal trainer</i> memberikan pemanasan atau <i>warming up</i> dalam program latihan				
7.	<i>Personal trainer</i> memberikan pendinginan atau <i>cooling down</i> dalam program latihan				
8.	<i>Personal trainer</i> selalu memperhatikan <i>member</i> ketika berlatih				
9.	Ketika terjadi cedera akibat latihan, <i>personal trainer</i> bertanggung jawab untuk menolong <i>member</i>				
10.	<i>Personal trainer</i> memberikan contoh gerakan yang benar dan aman sebelum <i>member</i> berlatih				

#### E. Aspek Empathy

NO	JENIS PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1.	<i>Personal trainer</i> serius ketika melayani <i>member</i> yang sedang berlatih				
2.	<i>Personal trainer</i> mengakui kesalahan dan meminta maaf kepada <i>member</i> ketika membuat kesalahan				
3.	<i>Personal trainer</i> mengingatkan <i>member</i> terkait menu makanan sehari-hari				
4.	<i>Personal trainer</i> memperhatikan aktivitas sehari-hari yang dilakukan <i>member</i>				
5.	<i>Personal trainer</i> memberikan motivasi kepada <i>member</i> ketika berlatih				

6.	<i>Personal trainer</i> memberikan sanjungan jika <i>member</i> berhasil mendapatkan apa yang diinginkan				
7.	<i>Personal trainer</i> memberikan toleransi latihan ketika <i>member</i> menjalani aktivitas yang berat sebelum berlatih				
8.	<i>Personal trainer</i> mengingatkan jadwal latihan kepada <i>member</i>				
9.	<i>Personal trainer</i> memiliki sifat yang sabar ketika melatih <i>member</i>				
10.	<i>Personal trainer</i> mudah dihubungi ketika <i>member</i> sedang membutuhkan				

Responden

(.....)

**Lampiran 3. Jawaban Responden Uji Instrumen**

NO	Nama Sampel	Nomor Pernyataan									
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Gilang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Ridho	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	Nadin	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
4	Wurian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Steve	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
6	Ruben	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
7	Heni	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	Visha	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
9	Ronald	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3
10	Abiyoso	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	Yuko	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
12	Vivi	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
13	Sekar	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3

NO	Nama Sampel	Nomor Pernyataan									
		P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	Gilang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Ridho	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	Nadin	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
4	Wurian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Steve	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
6	Ruben	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3
7	Heni	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	Visha	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
9	Ronald	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	Abiyoso	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
11	Yuko	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3
12	Vivi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	Sekar	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4

NO	Nama Sampel	Nomor Pernyataan									
		P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
1	Gilang	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
2	Ridho	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	Nadin	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
4	Wurian	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
5	Steve	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
6	Ruben	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
7	Heni	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	Visha	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
9	Ronald	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
10	Abiyoso	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	Yuko	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
12	Vivi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	Sekar	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

NO	Nama Sampel	Nomor Pernyataan									
		P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40
1	Gilang	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	Ridho	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	Nadin	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	Wurian	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	Steve	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3
6	Ruben	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4
7	Heni	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4
8	Visha	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3
9	Ronald	1	3	3	4	3	3	4	3	3	4
10	Abiyoso	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3
11	Yuko	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3
12	Vivi	1	2	4	3	3	3	3	4	3	4
13	Sekar	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4

NO	Nama Sampel	Nomor Pernyataan									
		P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P48	P49	P50
1	Gilang	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
2	Ridho	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3
3	Nadin	4	4	2	2	3	3	3	3	4	2
4	Wurian	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
5	Steve	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
6	Ruben	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
7	Heni	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	Visha	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
9	Ronald	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3
10	Abiyoso	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
11	Yuko	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
12	Vivi	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3
13	Sekar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

**Lampiran 4. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 1-10**

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TO TA L
Q1	Pearson Correlation	1	.854**	.381	.386	.690**	-.051	.548	.220	.549	.386	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.199	.193	.009	.867	.053	.471	.052	.193	.005
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2	Pearson Correlation	.854**	1	.220	.501	.854**	-.158	.415	.350	.382	.501	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.471	.081	.000	.606	.159	.241	.198	.081	.007
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3	Pearson Correlation	.381	.220	1	.386	.071	.617*	.238	.537	.549	.386	.633*
	Sig. (2-tailed)	.199	.471		.193	.817	.025	.433	.059	.052	.193	.020
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4	Pearson Correlation	.386	.501	.386	1	.386	.444	.617*	.501	.487	1.000**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.193	.081	.193		.193	.128	.025	.081	.092	.000	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q5	Pearson Correlation	.690**	.854**	.071	.386	1	-.051	.238	.537	.294	.386	.633*
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.817	.193		.867	.433	.059	.330	.193	.020
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q6	Pearson Correlation	-.051	-.158	.617*	.444	-.051	1	.386	.527	.339	.444	.494
	Sig. (2-tailed)	.867	.606	.025	.128	.867		.193	.064	.258	.128	.086
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

Q7	Pearson Correlation	.548	.415	.238	.617*	.238	.386	1	.098	.470	.617*	.664*
	Sig. (2-tailed)	.053	.159	.433	.025	.433	.193		.751	.105	.025	.013
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q8	Pearson Correlation	.220	.350	.537	.501	.537	.527	.098	1	.643*	.501	.709**
	Sig. (2-tailed)	.471	.241	.059	.081	.059	.064	.751		.018	.081	.007
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q9	Pearson Correlation	.549	.382	.549	.487	.294	.339	.470	.643*	1	.487	.764**
	Sig. (2-tailed)	.052	.198	.052	.092	.330	.258	.105	.018		.092	.002
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q10	Pearson Correlation	.386	.501	.386	1.000**	.386	.444	.617*	.501	.487	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.193	.081	.193	.000	.193	.128	.025	.081	.092		.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
TOTAL	Pearson Correlation	.722**	.709**	.633*	.810**	.633*	.494	.664*	.709**	.764**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.007	.020	.001	.020	.086	.013	.007	.002	.001	
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 5. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 11-20**

		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	TO TA L
Q1 1	Pearson Correlation	1	.690 **	.415	.415	.220	.548	.051	.548	.470	.238	.640 *
	Sig. (2- tailed)		.009	.159	.159	.471	.053	.867	.053	.105	.433	.018
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 2	Pearson Correlation	.690 **	1	.732 **	.415	.220	.548	.386	.238	.470	.238	.683 *
	Sig. (2- tailed)	.009		.004	.159	.471	.053	.193	.433	.105	.433	.010
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 3	Pearson Correlation	.415	.732 **	1	.675 *	.625 *	.537	.527	.537	.643 *	.537	.860 **
	Sig. (2- tailed)	.159	.004		.011	.022	.059	.064	.059	.018	.059	.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 4	Pearson Correlation	.415	.415	.675 *	1	.625 *	.854 **	.527	.537	.382	.537	.817 **
	Sig. (2- tailed)	.159	.159	.011		.022	.000	.064	.059	.198	.059	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 5	Pearson Correlation	.220	.220	.625 *	.625 *	1	.415	.501	.415	.141	.415	.619 *
	Sig. (2- tailed)	.471	.471	.022	.022		.159	.081	.159	.647	.159	.024
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

Q1 6	Pearson Correlation	.548	.548	.537	.854 **	.415	1	.283	.381	.294	.381	.719 **
	Sig. (2- tailed)	.053	.053	.059	.000	.159		.349	.199	.330	.199	.006
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 7	Pearson Correlation	.051	.386	.527	.527	.501	.283	1	.283	.339	.617 *	.614 *
	Sig. (2- tailed)	.867	.193	.064	.064	.081	.349		.349	.258	.025	.026
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 8	Pearson Correlation	.548	.238	.537	.537	.415	.381	.283	1	.803 **	.690 **	.761 **
	Sig. (2- tailed)	.053	.433	.059	.059	.159	.199	.349		.001	.009	.003
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q1 9	Pearson Correlation	.470	.470	.643 *	.382	.141	.294	.339	.803 **	1	.803 **	.755 **
	Sig. (2- tailed)	.105	.105	.018	.198	.647	.330	.258	.001		.001	.003
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 0	Pearson Correlation	.238	.238	.537	.537	.415	.381	.617 *	.690 **	.803 **	1	.761 **
	Sig. (2- tailed)	.433	.433	.059	.059	.159	.199	.025	.009	.001		.003
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
TO TA L	Pearson Correlation	.640 *	.683 *	.860 **	.817 **	.619 *	.719 **	.614 *	.761 **	.755 **	.761 **	1
	Sig. (2- tailed)	.018	.010	.000	.001	.024	.006	.026	.003	.003	.003	
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 6. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 21-30**

		Q21	Q2 2	Q2 3	Q2 4	Q2 5	Q2 6	Q2 7	Q2 8	Q2 9	Q3 0	TO TA L
Q2 1	Pearson Correlati on	1	.73 2**	- .13 6	- .09 8	.59 2*	.38 1	.73 2**	.69 0**	.85 7**	.38 1	.72 2**
	Sig. (2- tailed)		.00 4	.65 7	.75 1	.03 3	.19 9	.00 4	.00 9	.00 0	.19 9	.00 5
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 2	Pearson Correlati on	.732 **	1	- .03 5	.30 0	.43 3	.41 5	1.0 00**	.73 2**	.85 4**	.73 2**	.87 9**
	Sig. (2- tailed)	.004		.91 0	.31 9	.13 9	.15 9	.00 0	.00 4	.00 0	.00 4	.00 0
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 3	Pearson Correlati on	- .136	- .03 5	1	.03 5	- .08 1	.08 5	- .03 5	.08 5	- .08 5	.08 5	.19 4
	Sig. (2- tailed)	.657	.91 0		.91 0	.79 3	.78 2	.91 0	.78 2	.78 2	.78 2	.52 6
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 4	Pearson Correlati on	- .098	.30 0	.03 5	1	.31 8	.22 0	.30 0	.22 0	.09 8	.53 7	.41 6
	Sig. (2- tailed)	.751	.31 9	.91 0		.29 0	.47 1	.31 9	.47 1	.75 1	.05 9	.15 7
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 5	Pearson Correlati on	.592 *	.43 3	- .08 1	.31 8	1	.59 2*	.43 3	.59 2*	.50 7	.59 2*	.69 4**
	Sig. (2- tailed)	.033	.13 9	.79 3	.29 0		.03 3	.13 9	.03 3	.07 7	.03 3	.00 8
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q2 6	Pearson Correlati on	.381	.41 5	.08 5	.22 0	.59 2*	1	.41 5	.38 1	.54 8	.38 1	.63 2*

	Sig. (2-tailed)	.199	.159	.782	.471	.033		.159	.199	.053	.199	.021
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q27	Pearson Correlation	.732**	1.00**	-.035	.300	.433	.415	1	.732**	.854**	.732**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.910	.319	.139	.159		.004	.000	.004	.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q28	Pearson Correlation	.690**	.732**	.085	.220	.592*	.381	.732**	1	.854**	.690**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.782	.471	.033	.199	.004		.000	.009	.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q29	Pearson Correlation	.857**	.854**	-.085	.098	.507	.548	.854**	.857**	1	.548	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.782	.751	.077	.053	.000	.000		.053	.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q30	Pearson Correlation	.381	.732**	.085	.537	.592*	.381	.732**	.690**	.548	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.199	.004	.782	.059	.033	.199	.004	.009	.053		.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
TO TAL	Pearson Correlation	.722**	.879**	.194	.416	.694**	.632*	.879**	.854**	.854**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.526	.157	.008	.021	.000	.000	.000	.001	
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 7. Uji Validitas Instrumen Nomor 31-40**

		Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37	Q38	Q39	Q40	TO TA L
Q3 1	Pearson Correlation	1	.617 *	.548	.381	.548	.415	.051	.386	.238	.386	.803 **
	Sig. (2- tailed)		.025	.053	.199	.053	.159	.867	.193	.433	.193	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3 2	Pearson Correlation	.617 *	1	.386	.617 *	.637 *	.672 *	.625 *	- .187	- .116	.354	.824 **
	Sig. (2- tailed)	.025		.193	.025	.019	.012	.022	.540	.707	.235	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3 3	Pearson Correlation	.548	.386	1	.548	.690 **	.537	- .051	.283	- .238	.617 *	.749 **
	Sig. (2- tailed)	.053	.193		.053	.009	.059	.867	.349	.433	.025	.003
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3 4	Pearson Correlation	.381	.617 *	.548	1	.857 **	.415	.386	- .283	- .381	.386	.696 **
	Sig. (2- tailed)	.199	.025	.053		.000	.159	.193	.349	.199	.193	.008
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3 5	Pearson Correlation	.548	.637 *	.690 **	.857 **	1	.537	.283	- .051	- .238	.283	.803 **
	Sig. (2- tailed)	.053	.019	.009	.000		.059	.349	.867	.433	.349	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q3 6	Pearson Correlation	.415	.672 *	.537	.415	.537	1	.527	- .158	- .098	.527	.768 **
	Sig. (2- tailed)											
	N											

	Sig. (2-tailed)	.159	.012	.059	.159	.059		.064	.606	.751	.064	.002
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q37	Pearson Correlation	.051	.625*	-.051	.386	.283	.527	1	-.444	-.051	-.083	.405
	Sig. (2-tailed)	.867	.022	.867	.193	.349	.064		.128	.867	.787	.170
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q38	Pearson Correlation	.386	-.187	.283	-.283	-.051	-.158	-.444	1	.283	-.083	.116
	Sig. (2-tailed)	.193	.540	.349	.349	.867	.606	.128		.349	.787	.707
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q39	Pearson Correlation	.238	-.116	-.238	-.381	-.238	-.098	-.051	.283	1	-.386	.000
	Sig. (2-tailed)	.433	.707	.433	.199	.433	.751	.867	.349		.193	1.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q40	Pearson Correlation	.386	.354	.617*	.386	.283	.527	-.083	-.083	-.386	1	.520
	Sig. (2-tailed)	.193	.235	.025	.193	.349	.064	.787	.787	.193		.068
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
TO TAL	Pearson Correlation	.803**	.824**	.749**	.696**	.803**	.768**	.405	.116	.000	.520	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.003	.008	.001	.002	.170	.707	1.000	.068	
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 8. Uji Validitas Instrumen Nomor Soal 41-50**

		Q41	Q42	Q43	Q44	Q45	Q46	Q47	Q48	Q49	Q50	TO TA L
Q4 1	Pearson Correlation	1	.824 **	.138	- .061	.299	.299	.299	- .056	.187	.381	.453
	Sig. (2- tailed)		.001	.652	.843	.320	.320	.320	.855	.540	.199	.120
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4 2	Pearson Correlation	.824 **	1	.000	- .106	.415	.415	.415	- .098	- .098	.423	.417
	Sig. (2- tailed)	.001		1.00 0	.730	.159	.159	.159	.751	.751	.150	.157
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4 3	Pearson Correlation	.138	.000	1	.957 **	.352	.352	.352	.704 **	.176	.530	.767 **
	Sig. (2- tailed)	.652	1.00 0		.000	.238	.238	.238	.007	.565	.062	.002
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4 4	Pearson Correlation	- .061	- .106	.957 **	1	.427	.427	.427	.751 **	.078	.488	.739 **
	Sig. (2- tailed)	.843	.730	.000		.145	.145	.145	.003	.801	.091	.004
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4 5	Pearson Correlation	.299	.415	.352	.427	1	1.00 0**	1.00 0**	.548	- .071	.717 **	.802 **
	Sig. (2- tailed)	.320	.159	.238	.145		.000	.000	.053	.817	.006	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q4 6	Pearson Correlation	.299	.415	.352	.427	1.00 0**	1	1.00 0**	.548	- .071	.717 **	.802 **
	Sig. (2- tailed)											
	N											

	Sig. (2-tailed)	.320	.159	.238	.145	.000		.000	.053	.817	.006	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q47	Pearson Correlation	.299	.415	.352	.427	1.000**	1.000**	1	.548	-.071	.717**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.320	.159	.238	.145	.000	.000		.053	.817	.006	.001
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q48	Pearson Correlation	-.056	-.098	.704**	.751**	.548	.548	.548	1	.381	.682*	.773**
	Sig. (2-tailed)	.855	.751	.007	.003	.053	.053	.053		.199	.010	.002
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q49	Pearson Correlation	.187	-.098	.176	.078	-.071	-.071	-.071	.381	1	.215	.248
	Sig. (2-tailed)	.540	.751	.565	.801	.817	.817	.817	.199		.480	.414
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Q50	Pearson Correlation	.381	.423	.530	.488	.717**	.717**	.717**	.682*	.215	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.199	.150	.062	.091	.006	.006	.006	.010	.480		.000
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
TO TAL	Pearson Correlation	.453	.417	.767**	.739**	.802**	.802**	.802**	.773**	.248	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.120	.157	.002	.004	.001	.001	.001	.002	.414	.000	
	N	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

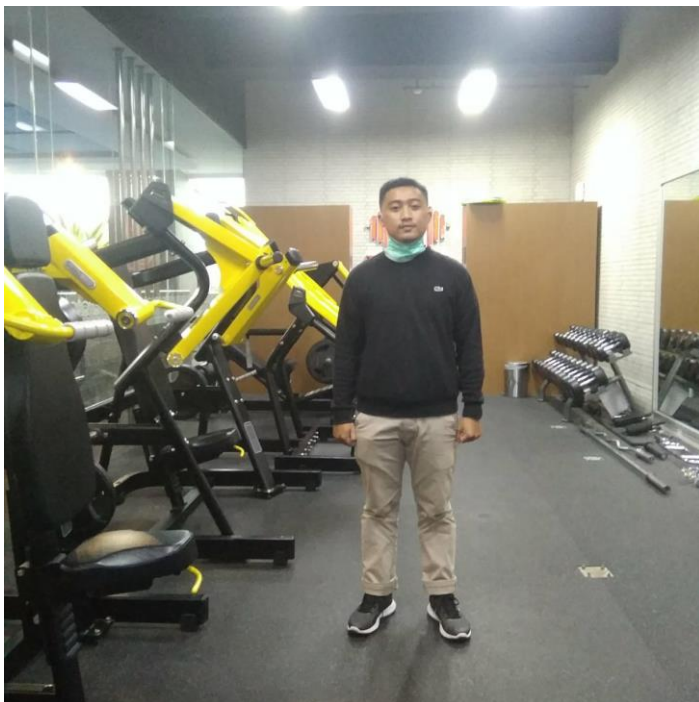
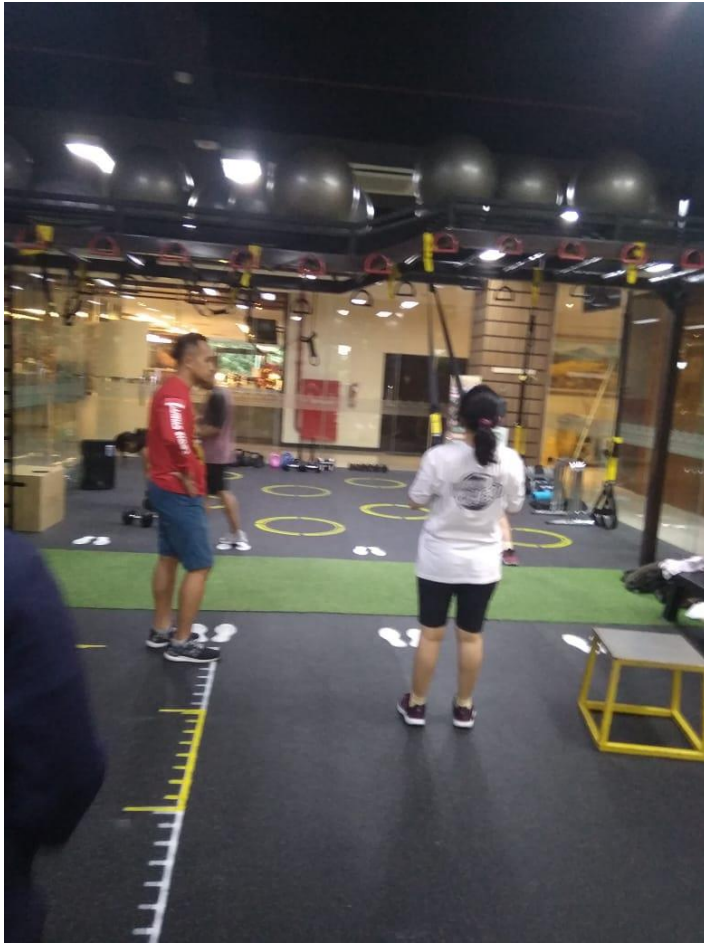
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 9. Dokumentasi Uji Instrumen





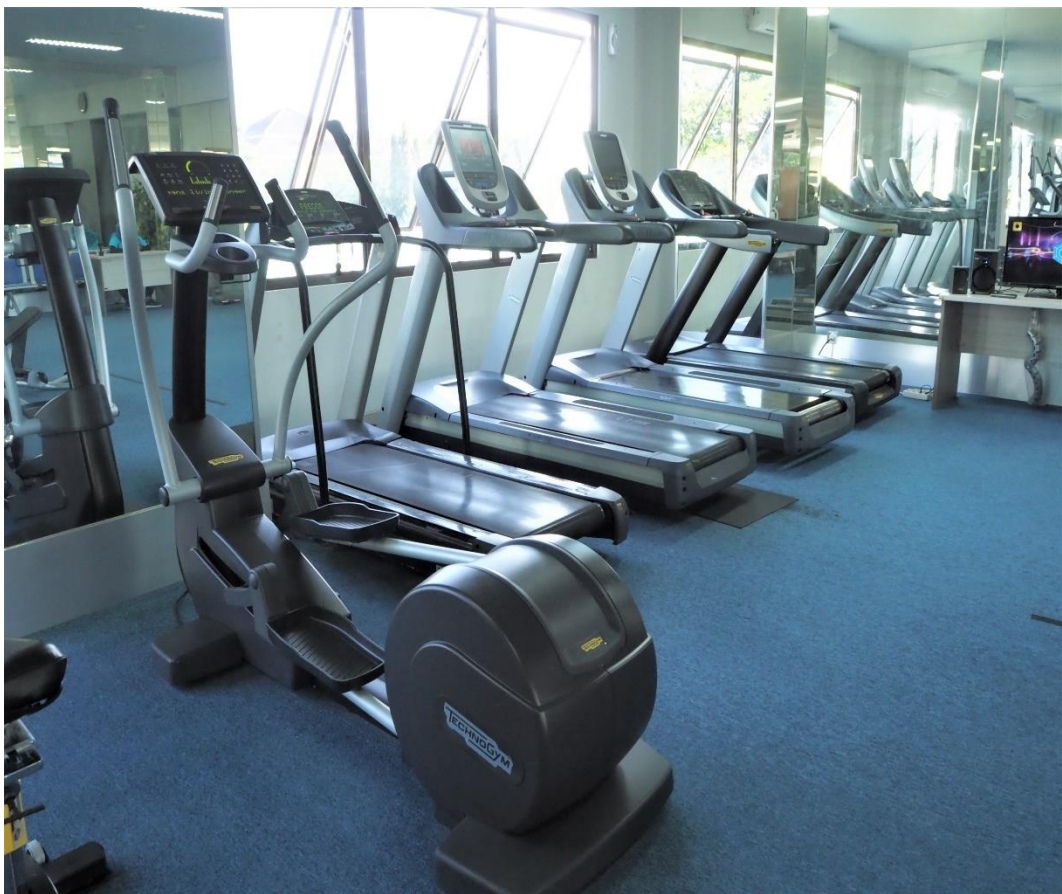


**Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian**













## Lampiran 11. Surat Izin Penelitian

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN</b> Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092 Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id
Nomor : 436/UN34.16/PT.01.04/2020	10 Desember 2020
Lamp. : 1 Bendel Proposal	
Hal : Izin Penelitian	
<b>Yth . Manajer Fitness HSC UNY</b>	
Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:	
Nama	: Abiyu Amajida
NIM	: 17603141018
Program Studi	: Ilmu Keolahragaan - S1
Tujuan	: Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir	: TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORT CENTER UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
Waktu Penelitian	: 11 - 17 Desember 2020
Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.	
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.	
	 Wakil Dekan Bidang Akademik, <b>Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.</b> NIP 19820815 200501 1 002
Tembusan : 1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni; 2. Mahasiswa yang bersangkutan.	

## Lampiran 12. Kuesioner Penelitian Berupa *Google Form*

12/13/2020

KUESIONER PENELITIAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH ...

# KUESIONER PENELITIAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERSONAL TRAINER FITNESS HEALTH AND SPORT CENTER UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Perkenalkan nama Saya Abiyyu Amajida, berasal dari Prodi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2017. Kuesioner ini disusun untuk memenuhi tugas akhir skripsi Saya sesuai dengan judul diatas. Mohon kesedian dari Bapak/Ibu untuk berkenan mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya sesuai dengan apa yang Anda rasakan dan realita di lapangan. Terimakasih.

1. Masukkan Nama Anda

---

---

---

---

---

2. Jenis Kelamin

*Mark only one oval.*

- Laki-Laki  
 Perempuan

## 3. Usia

---

---

---

---

---

## 4. Pekerjaan

---

---

---

---

---

**Pernyataan**

Tersedia 40 butir pernyataan dengan 4 alternatif pilihan jawaban yaitu yang dapat anda pilih yaitu:

STS = Sangat Tidak Setuju/Sangat Buruk

TS = Tidak Setuju/Buruk

S = Setuju/Baik

SS = Sangat Setuju/Sangat Baik

**Pernyataan Aspek Tangible**

Terdiri dari 9 buah pernyataan

## 5. 1. Personal trainer datang tepat waktu

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

6. 2. Personal trainer selalu standby di lokasi fitness ketika mendampingi latihan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

7. 3. Personal trainer berpenampilan yang rapi dan menarik

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

8. 4. Personal trainer menjaga penampilan ketika mendampingi latihan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

9. 5. Personal trainer memiliki bentuk badan yang proporsional

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

10. 6. Personal trainer memberikan rekomendasi program latihan kepada member pada awal pertemuan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

11. 7. Personal trainer merekomendasikan tempat latihan yang nyaman

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

12. 8. Personal trainer fokus dengan program latihan awal yang telah disepakati dengan member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

13. 9. Ketika berhalangan hadir, personal trainer selalu menghubungi member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

Pernyataan Aspek Reliability

Terdiri dari 10 Pernyataan

14. 10. Personal trainer menepati jadwal latihan yang telah disepakati dengan member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

15. 11. Jadwal latihan yang disusun personal trainer tidak mengganggu aktivitas harian member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

16. 12. Jadwal latihan yang disusun personal trainer tidak bertabrakan dengan jadwal member lain

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

17. 13. Personal trainer menjelaskan manfaat rancangan program latihan dari awal sampai akhir

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

18. 14. Penjelasan yang diberikan personal trainer kepada member mudah dipahami

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

19. 15. Personal trainer memiliki keahlian yang baik dalam merancang program

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

20. 16. Personal trainer menguasai cara penggunaan seluruh alat dengan benar dan aman

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

21. 17. Personal trainer dapat memberikan banyak opsi pilihan atau variasi program latihan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

22. 18. Program latihan yang dirancang oleh personal trainer sesuai dengan apa yang diinginkan member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

23. 19. Personal trainer memberikan referensi menu makanan untuk mendukung keberhasilan program

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

Pernyataan Aspek Responsiveness

Terdiri dari 8 pernyataan

24. 20. Personal trainer mampu menjawab pertanyaan dari member secara tepat

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

25. 21. Personal trainer mampu berkomunikasi dengan bahasa yang baik

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

26. 22. Personal trainer selalu memastikan kesiapan alat sebelum member menggunakan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

27. 23. Personal trainer selalu bersedia membantu member ketika sedang berlatih

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

28. 24. Personal trainer memiliki daya tangkap yang baik ketika berkomunikasi dengan member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

29. 25. Personal trainer memperbaiki gerakan member yang salah ketika berlatih

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

30. 26. Personal trainer menanyakan keluhan yang dialami member secara berkala

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

31. 27. Personal trainer selalu menyiapkan materi sebelum latihan dimulai

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

Pernyataan Aspek Assurance

Terdiri dari 6 pernyataan

32. 28. Personal trainer merupakan lulusan dari jurusan olahraga

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

33. 29. Personal trainer memiliki ijazah atau sertifikasi sesuai dengan bidang yang ditekuni

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

34. 30. Personal trainer memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup sesuai dengan bidangnya

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

35. 31. Personal trainer melakukan monitoring perkembangan member setelah berlatih

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

36. 32. Personal trainer bertanggung jawab penuh atas program latihan yang disusun

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

37. 33. Personal trainer memberikan pemanasan atau warming up dalam program latihan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

Pernyataan Aspek Empathy

Terdiri dari 7 pernyataan

38. 34. Personal trainer mengingatkan member terkait menu makanan sehari-hari

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

39. 35. Personal trainer memperhatikan aktivitas sehari-hari yang dilakukan member

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

40. 36. Personal trainer memberikan motivasi kepada member ketika berlatih

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

41. 37. Personal trainer memberikan sanjungan jika member berhasil mendapatkan apa yang diinginkan

*Mark only one oval.*

- STS  
 TS  
 S  
 SS

42. 38. Personal trainer memberikan toleransi latihan ketika member menjalani aktivitas yang berat sebelum berlatih

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

43. 39. Personal trainer mengingatkan jadwal latihan kepada member

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

44. 40. Personal trainer mudah dihubungi ketika member sedang membutuhkan

*Mark only one oval.*

STS

TS

S

SS

---

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

**Lampiran 13. Jawaban Responden Penelitian**

NO	NAMA	PERTANYAAN								
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
1	Desy Tri Inayah	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Vanessa	4	4	3	4	4	4	3	4	3
3	Yuni Astuti	4	4	3	3	4	4	2	4	4
4	Angga Priyadi	3	3	3	3	3	4	3	4	4
5	Ane	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	Grace	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7	Rian Heryudha	3	4	3	3	3	3	2	3	3
8	Widya	4	4	3	4	3	3	3	3	3
9	Danti	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	Filma Dewi L.	4	4	4	3	4	4	3	4	4
11	Kurnia	4	3	3	3	3	4	3	3	3
12	Ali Sodikin	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	Annaafi Akbar Dany Syahputra	4	4	4	4	4	3	4	4	3
14	Inas Gita Amalia	4	4	3	3	3	3	4	3	4
15	Amalia Nur	3	3	3	3	3	4	3	3	3

NO	NAMA	PERTANYAAN									
		Q1 0	Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Q1 6	Q1 7	Q1 8	Q1 9
1	Desy Tri Inayah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Vanessa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	Yuni Astuti	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
4	Angga Priyadi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	Ane	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
6	Grace	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7	Rian Heryudha	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
8	Widya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9	Danti	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	Filma Dewi L.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	Kurnia	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
12	Ali Sodikin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	Annaafi Akbar Dany Syahputra	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
14	Inas Gita Amalia	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
15	Amalia Nur	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3

NO	NAMA	PERTANYAAN							
		Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Q27
1	Desy Tri Inayah	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Vanessa	4	4	4	4	4	4	4	4
3	Yuni Astuti	3	4	4	4	4	4	3	4
4	Angga Priyadi	3	3	3	4	3	4	4	4
5	Ane	3	3	3	3	3	3	3	3
6	Grace	4	4	4	4	4	4	3	4
7	Rian Heryudha	3	3	3	4	3	3	3	3
8	Widya	3	4	4	4	4	3	3	3
9	Danti	4	4	4	4	4	4	4	4
10	Filma Dewi L.	4	4	4	4	4	4	4	3
11	Kurnia	3	3	3	3	3	3	4	3
12	Ali Sodikin	3	3	3	3	3	3	3	3
13	Annaafi Akbar Dany Syahputra	4	3	3	4	4	4	3	3
14	Inas Gita Amalia	4	4	4	4	4	4	4	4
15	Amalia Nur	3	3	4	3	3	3	3	3

NO	NAMA	PERTANYAAN					
		Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33
1	Desy Tri Inayah	4	3	4	4	4	4
2	Vanessa	4	4	4	4	4	4
3	Yuni Astuti	4	4	4	3	4	4
4	Angga Priyadi	4	4	4	4	4	4
5	Ane	3	3	3	3	3	3
6	Grace	4	4	4	4	4	4
7	Rian Heryudha	3	3	3	3	3	3
8	Widya	4	3	3	3	3	3
9	Danti	4	4	4	4	4	4
10	Filma Dewi L.	4	3	4	4	4	3
11	Kurnia	4	3	3	3	3	3
12	Ali Sodikin	3	3	3	3	3	3
13	Annaafi Akbar Dany Syahputra	4	4	4	3	3	3
14	Inas Gita Amalia	4	4	4	3	4	4
15	Amalia Nur	3	3	3	3	3	3

NO	NAMA	PERTANYAAN						
		Q34	Q35	Q36	Q37	Q38	Q39	Q40
1	Desy Tri inayah	3	3	4	4	3	4	4
2	Vanessa	3	4	4	4	4	3	4
3	Yuni Astuti	2	2	4	4	4	3	4
4	Angga Priyadi	3	3	4	4	4	3	4
5	Ane	2	3	3	3	3	3	3
6	Grace	3	3	4	4	4	4	3
7	Rian Heryudha	3	2	3	2	2	3	3
8	Widya	2	3	3	3	3	3	3
9	Danti	4	4	4	4	4	4	4
10	Filma Dewi L.	3	3	3	3	3	3	4
11	Kurnia	3	3	3	3	3	3	3
12	Ali Sodikin	3	3	3	3	3	3	3
13	Annaafi Akbar Dany Syahputra	3	3	3	3	3	3	3
14	Inas Gita Amalia	3	3	4	4	4	3	4
15	Amalia Nur	2	2	3	4	3	3	3