

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DAN LOKASI YANG DIBERIKAN OLEH *MANAJEMEN*  
*LEMBAH FITNESS GROUP* CABANG JANTI**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



Ditulis untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar  
Sarjana Olahraga  
Program Studi Ilmu Keolahragaan

Oleh:  
Yova Aji Kurniawan  
NIM. 20603144018

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DAN LOKASI YANG DIBERIKAN OLEH *MANAJEMEN LEMBAH FITNESS*  
*GROUP CABANG JANTI*

### TUGAS AKHIR SKRIPSI

Yova Aji Kurniawan  
20603144018



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

Yogyakarta, 30 Juli 2024

Koordinator Program Studi

Dr. Sigit Nugroho, M.Or.  
NIP. 198009242006041001

Dosen Pembimbing

Dr. Martono, S.Or., M.Or.  
NIP. 198912302019031012

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yova Aji Kurniawan  
NIM : 20603144018  
Program Studi : Ilmu Keolahragaan  
Fakultas : Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan  
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti

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

Yogyakarta, 25 Juli 2024  
Yang Menyatakan



Yova Aji Kurniawan  
NIM 206031444018

## LEMBAR PENGESAHAN

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DAN LOKASI YANG DIBERIKAN OLEH MANAJEMEN  
LEMBAH FITNESS GROUP CABANG JANTI**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Yova Aji Kurniawan  
20603144018

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta  
Tanggal: 07 Agustus 2024

**TIM PENGUJI**

Nama/Jabatan

(Dr. Martono, M. Or. / Ketua Tim Penguji)

(Dr. Duwi Kurnianto Pambudi, M. Or. /  
Sekretaris Tim Penguji)

(Dr. Hedi Ardiyanto H., S.Pd., M. Or.  
Penguji Utama)

Tanda Tangan

Tanggal

12/08/2024

12/08/2024

09/08/2024

Yogyakarta, 07 Agustus 2024  
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan,

Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or.  
NIP. 197702182008011002

## **MOTTO**

*“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”*

*(QS. At-Taubah: 40)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Penulis mempersembahkan karya tulis ini kepada orang-orang yang penulis sayangi dan keberadaannya sangat berharga, antara lain:

1. Dua orang yang paling berjasa di hidup penulis, Ibu Sri Sukarsilah dan Bapak Slamet Sudiyono orang hebat yang selalu menjadi motivasi semangat penulis sampai bisa di titik ini, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang yang penuh cinta. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan orang tua saya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi bapak dan ibu harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Yuda dan Adit adalah kedua adik kandung saya yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil, mereka selalu ada disetiap perjalanan hidup saya, dengan adanya mereka berdua membuat penulis bisa menyelesaikan tugas skripsi ini, Terimakasih untuk kedua adikku, semoga kalian bisa sukses di masa depan.
3. Untuk Kakek dan Nenek, skripsi ini saya persembahkan karena begitu hebat memberikan waktu dan mengorbankan masa tuanya untuk terus berjuang memberikan yang terbaik untuk saya dari segala sisi. Terimakasih atas pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhingga. Semoga gelar Sarjana ini memberikan kebahagiaan untuk kalian berdua,
4. Pramesti Nur Fitriana, S. H.
5. Untuk teman-teman seperjuangan saya IKOR 2020, saya senang bisa berteman dengan kalian semua, terimakasih selalu memberikan keceriaan dan semangat dalam menjalani masa perkuliahan ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang sudah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi Yang Diberikan Oleh *Manajemen Lembah Fitness Group* Cabang Janti” dengan lancar tanpa kendala yang cukup berarti. Proses penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan dan arahan dari seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes., AIFO. selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan melanjutkan studi di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, yang telah memberikan kesempatan dan memfasilitasi segala bentuk upaya dalam penyusunan tugas akhir skripsi.
3. Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or., Ketua Departemen Ilmu Keolahragaan dan Koordinator Program Studi Ilmu Keolahragaan beserta dosen dan staff yang telah memberikan bantuan dan memfasilitasi kepada penulis selama proses penyusunan pra-proposal sampai dengan selesainya tugas akhir skripsi ini.

4. Dr. Martono, S.Or., M.Or. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir skripsi yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dan menyalurkan ilmu kepada penulis hingga penelitian ini dapat selesai dengan lancar.
5. Pemilik, pelatih, dan member Lembah *Fitness Group* Cabang Janti, yang telah memberi izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.

Terima kasih atas bantuan dan dukungan serta ilmu yang sudah diberikan kepada penulis, semoga semua yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa.

Yogyakarta,  
Yang menyatakan,



Yova Aji Kurniawan  
NIM. 20603144018



**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN DAN LOKASI YANG DIBERIKAN OLEH MANAJEMEN  
LEMBAH *FITNESS GROUP* CABANG JANTI**

Oleh:

Yova Aji Kurniawan  
NIM.20603144018

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, dan (2) mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap lokasi yang diberikan oleh manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *member* 2019- 2024, yaitu sejumlah 104 orang. Ukuran sampel penelitian ditentukan dengan rumus *slovin* didapatkan sampel sejumlah 53 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan *sampling insidental* atau *accidental sampling*. Penelitian ini dilaksanakan pada 14 sampai dengan 24 Juli 2024 di *Lembah Fitness Group* di Jl. Janti, Banguntapan, Bantul. Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan analisis indeks kepuasan pelanggan (IKP) dan tingkat kesesuaian (Tki).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) rata-rata tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator kualitas nilainya 80% sampai dengan 89%, maka dapat dikatakan pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada indikator empati dengan tingkat kesesuaian sebesar 85.12%. sedangkan yang terendah terdapat pada indikator daya tanggap dengan tingkat kesesuaian sebesar 81.39%; (2) rata-rata tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator lokasi nilainya 80% sampai dengan 89% dan 70% sampai dengan 79%, maka dapat dikatakan pelanggan sudah merasa puas dan cukup puas terhadap lokasi Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada indikator lingkungan dengan tingkat kesesuaian sebesar 87.08% sedangkan yang terendah terdapat pada indikator tempat parkir dengan tingkat kesesuaian sebesar 76.58%.

**Kata kunci:** kepuasan, pelayanan, *manajemen, fitness group*

**LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS THE SERVICE  
QUALITY AND LOCATION GIVEN BY THE MANAGEMENT OF LEMBAH  
FITNESS GROUP, JANTI BRANCH**

Yova Aji Kurniawan  
NIM.20603144018

**ABSTRACT**

*The objectives of this research are: (1) to assess customer satisfaction about the quality of service, and (2) to evaluate the level of customer happiness with the location offered by the management of Lembah Fitness Group, Janti Branch.*

*This research employed a quantitative research approach, specifically utilizing a descriptive quantitative research method. A questionnaire was employed as the data collection strategy. The research population consisted of 104 individuals who were members between 2019 and 2024. The research sample size was determined by using the Slovin formula, resulting in a sample of 53 individuals. The sample determination was conducted by using either inadvertent sampling or unintentional sampling. The research was conducted at Lembah Fitness Group located on Jl. Janti (Janti Street), Banguntapan, Bantul, Yogyakarta, from July 14th to July 24th, 2024. The data analysis involved examining the customer satisfaction index (CSI) and the level of appropriateness (Tki).*

*The research findings reveal that the average level of appropriateness for each quality indicator range from 80% to 89%. This suggests that customers at Lembah Fitness Group, Janti Branch, are generally satisfied with the quality of service. The empathy indicator has the highest level of appropriateness, with a score of 85.12%. The responsiveness indicator has the lowest suitability level of 81.39%. The average suitability level for each location indicator is between 80% and 89% and between 70% and 79%. It indicates that customers are satisfied and quite satisfied with the location of Lembah Fitness Group, Janti Branch. The environmental indication has the highest suitability level, measured at 87.08%, while the parking area indicator has the lowest suitability level, measured at 76.58%.*

**Keywords:** *satisfaction, service, management, fitness group*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Penelitian yang Relevan .....	19
C. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Desain Penelitian.....	26

B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	26
D. Definisi Operasional Variabel .....	28
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	29
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	31
G. Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	36
B. Pembahasan .....	53
BAB V KESIMPULAN .....	56
A. Simpulan .....	56
B. Implikasi .....	57
C. Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tarif Pelanggan Lembah Fitness Group Cabang Janti.....	19
Tabel 2. Skor jawaban kuesioner .....	29
Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 5. Interpretasi Korelasi Reliabilitas.....	33
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 7. Kategorisasi Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan umur.....	38
Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	39
Tabel 11. Nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan .....	41
Tabel 12. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik.....	43
Tabel 13. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator kehandalan .....	43
Tabel 14. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan indikator daya tanggap.....	44
Tabel 15. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator jaminan .....	44
Tabel 16. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator empati .....	45
Tabel 17. Rata-rata nilai Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan .....	45
Tabel 18. Nilai rata-rata indikator lokasi .....	47
Tabel 19. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Akses.....	48
Tabel 20. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Visibilitas.....	49

Tabel 21. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator lalu lintas.....	49
Tabel 22. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator tempat parkir .....	50
Tabel 23. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Ekspansi .....	50
Tabel 24. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator lingkungan .....	51
Tabel 25. Rata-rata nilai Tingkat kesesuaian lokasi.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian.....	25
Gambar 2. Diagram Pie karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Gambar 3. Diagram Pie karakteristik responden berdasarkan umur.....	39
Gambar 4. Diagram Lingkaran karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	40
Gambar 5. Diagram batang nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan.....	41
Gambar 6. Diagram batang Tingkat kesesuaian (Tki) .....	46
Gambar 7. Tingkat kesesuaian (Tki) Variabel Lokasi .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	62
Lampiran 2. Surat Izin Uji Instrumen Penelitian .....	63
Lampiran 3. Surat Keterangan Validasi 1 .....	64
Lampiran 4. Surat Keterangan Validasi 2 .....	65
Lampiran 5. Surat Keterangan Validasi 3 .....	66
Lampiran 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	67
Lampiran 7. Angket Penelitian .....	68
Lampiran 8. Data Penelitian Kualitas Pelayanan-Harapan .....	70
Lampiran 9. Data Penelitian Kualitas Pelayanan- Kenyataan .....	79
Lampiran 10. Data Penelitian Lokasi-Harapan .....	81
Lampiran 11. Data Penelitian Lokasi-Kenyataan .....	83
Lampiran 12. Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan.....	85
Lampiran 13. Penilaian Pelanggan Terhadap Lokasi.....	87
Lampiran 14. Data Statistik Responden.....	89
Lampiran 15. Dokumentasi .....	90



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Semua orang menginginkan kebugaran tubuh yang optimal, namun dengan kemajuan teknologi yang cepat dan tekanan ekonomi yang meningkat, beberapa individu perlu berupaya lebih keras untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Suryadi et al, (2021: 42), kebugaran jasmani adalah kemampuan seseorang dalam melakukan segala macam pekerjaan fisik yang membutuhkan fleksibilitas, daya tahan dan kekuatan. Olahraga adalah suatu kegiatan fisik yang direncanakan dan terstruktur yang melibatkan gerakan tubuh berulang-ulang dengan tujuan meningkatkan kebugaran fisik dan mental seseorang. Berdasarkan definisinya, olahraga merupakan usaha untuk meningkatkan kesehatan (Wahyu Dirgantoro & Akbar Fauzan, 2021: 2).

Kesadaran manusia terhadap pola hidup dan gaya hidup sehat setiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini terbukti banyaknya olahraga masyarakat yang semakin digemari dan dicari oleh banyak orang (Wahyu Dirgantoro & Akbar Fauzan, 2021: 5). Olahraga dapat dilakukan di mana saja, dilakukan individu maupun kelompok serta menggunakan alat maupun tidak. Jenis olahraga yang meningkat peminatnya pada era sekarang adalah olahraga *fitness* (Fifi Rahmawati & Wahyuni, 2016).

Saat ini latihan kebugaran yang paling populer adalah kebugaran otot. Kebugaran otot merupakan latihan yang paling sederhana dan efektif dalam membentuk tubuh dan menjaga kebugaran. Tempat yang menjadi pilihan untuk berlatih ialah di pusat kebugaran atau *fitness center*. Ada beberapa alasan mengapa warga kota lebih memilih melakukan olahraga di pusat kebugaran, dikarenakan pusat kebugaran yang dilengkapi dengan peralatan dan fasilitas lengkap, serta berbagai program yang mendorong anggota dalam berolahraga dan dibimbing pelatih profesional, serta terdapat kelas di pusat kebugaran dapat menambah variasi latihan agar tidak bosan, manfaat lain bagi anggota *fitness* tertentu dinilai prestisius (Prakoso & Irawan, 2022: 5).

Di Indonesia, layanan *fitness Group* sudah tersebar luas. Tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga di kota-kota kecil. Permintaan akan kebugaran fisik yang baik dari berbagai lapisan masyarakat, serta pemahaman akan pentingnya olahraga dalam meningkatkan daya tahan tubuh, menjadi pendorong utama dalam perkembangan layanan ini. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), tersedia banyak *fitness Group*. Layanan ini dapat ditemukan di seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk Lembah *Fitness Group* yang memiliki 7 cabang.

Lembah *Fitness Group* menjadi salah *gym* paling banyak diminati *member* karena cabangnya yang banyak di wilayah Yogyakarta dan mudah untuk diakses (Yuniana & Nasrulloh, 2019). Lembah *Fitness Group* Cabang Janti merupakan salah satu cabang yang terletak di Jl. Raya Janti, Modalan,

Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tempat Lembah *Fitness Group* Cabang Janti lokasi yang cenderung jauh dari pusat kota sehingga kurang banyaknya pelanggan yang menjadi member aktif pada tahun 2019-2024 berjumlah sekitar 104 member.

Setiap usaha tentunya melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan, harga, promosi, dan lokasi usaha (Apriasty & E. Simbolon, 2022: 142). Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting untuk pengukuran kinerja dan keberhasilan bisnis perusahaan yang mengukur tanggapan pelanggan terhadap masa depan perusahaan.

Berdasarkan observasi pada bulan Juni 2024, ditemukan beberapa layanan dan fasilitas yang masih kurang di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terdapat beberapa pelayanan di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti yang belum tersedia, diantaranya belum tersedianya kotak saran secara fisik sehingga keinginan dan keluhan pelanggan belum dapat ditampung. Lalu kurangnya lahan parkir yang tersedia sehingga hanya muat dua mobil dan beberapa sepeda motor, lokasi yang kurang strategis karena jauh dari pusat kota, dan media sosial yang masih belum dikelola dengan baik karena belum ada orang yang khusus mengelola berhubungan dengan promosi.

Dari uraian di atas, timbul minat dari peneliti untuk menyelidiki tingkat kepuasan member terhadap kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh *Manajemen* di Lembah *Fitness Group*, karena belum ada penelitian yang secara khusus memfokuskan pada aspek tersebut. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi dasar evaluasi bagi setiap *manager dan staff*, sehingga mereka dapat mengetahui apakah pelanggan sudah merasa puas atau belum. Dengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, manajemen dapat memikirkan langkah-langkah untuk meningkatkan atau memperbaiki pelayanan mereka berdasarkan temuan dari penelitian ini, sehingga kepuasan member terhadap layanan yang diberikan dapat terjamin.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang mencakup:

1. Masih kurang optimalnya kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan
2. Lokasi Lembah *Fitness Group* Cabang Janti yang jauh dari pusat kota sehingga mempengaruhi jumlah pelanggan yang berkunjung
3. Belum diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan lokasi yang disediakan oleh *manajemen* di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

### **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 member terhadap kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh *manajemen Lembah Fitness Group* Cabang Janti untuk menjawab rumusan masalah.

### **D. Rumusan Masalah**

Dari pembatasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh *manajemen* di *Lembah Fitness Group* Cabang Janti?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap lokasi yang diberikan oleh *manajemen* di *Lembah Fitness Group* Cabang Janti?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan diberikan oleh *manajemen* di *Lembah Fitness Group* cabang Janti.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap lokasi yang diberikan oleh *manajemen* di *Lembah Fitness Group* cabang Janti.

## **F. Manfaat**

Dari tujuan penelitian yang telah disebutkan, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

Adapun manfaat dari penelitian ini meliputi:

### **1. Teoritis**

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk mengeksplorasi kebutuhan yang diperlukan untuk menjadi seorang *manajemen* yang professional meliputi kualitas pelayanan.

### **2. Praktis**

#### **a. Bagi Universitas**

Sebagai bukti *manajemen* yang lulus dari program studi olahraga memiliki keterampilan yang sesuai dengan spesialisasi mereka.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Sebagai faktor pertimbangan dalam memilih *manajemen* yang sesuai saat melakukan latihan di pusat kebugaran setempat.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Hakikat Tingkat Kepuasan Pelanggan**

Menurut Abedi & Jahed, (2020: 20) kepuasan pelanggan berasal dari penilaian kinerja yang diantisipasi dibandingkan dengan kinerja yang dirasakan dan harga yang dibayar. Kepuasan adalah hal yang menjadi ukuran kinerja dan merupakan hasil keunggulan pengalaman dan aspek pelanggan seputar kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan pengalaman *actual* (Manyanga et al., 2022:40). Bisa diartikan bahwa kepuasan meliputi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu jasa/produk dengan harapan (Ruslim & Rahardjo, 2016: 5).

Seorang konsumen menjadi pengguna dari produk atau jasa yang ditawarkan akan menilai kualitas dengan rasa puas atau tidak. Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama penentu keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Kepuasan seorang pelanggan atau konsumen tergantung bagaimana kualitas/kinerja yang diberikan oleh produsen. Semakin baiknya kualitas/kinerja yang diberikan oleh produsen maka akan terciptanya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Begitupun sebaliknya jika kualitas/kinerja yang diberikan kurang begitu baik, maka

pelanggan merasa tidak setuju dan dapat menghilangkan kepercayaan pelanggan terhadap prosuden.

Menurut Tjiptono (2012:10), bahwa ada 4 untuk mengukur rasa kepuasan pelanggan sebagai berikut:

a) Suatu keluhan dan saran

Setiap organisasi/perusahaan diberikan kebebasan untuk menyampaikan keluhan, saran, kritik, pendapat dengan media yang disediakan oleh organisasi ataupun perusahaan tersebut.

b) *Ghost Shopping*

Sebuah perusahaan yang baik harus mempekerjakan beberapa orang *ghostshopper* bertujuan untuk menganalisis, mengobservasi secara langsung bagaimana kondisi yang sebenarnya saat karyawan berinteraksi kepada konsumen atau pelanggan yang datang.

c) *Lost Customer Analysis*

Cara ini dilakukan dengan menghubungi kembali setiap konsumen atau pelanggan yang beralih ke perusahaan lain supaya dapat mengetahui sebab, akibat selanjutnya di evaluasi untuk mengambil kebijakan yang baru.

d) Survei Kepuasan Konsumen

Sebagian besar penelitian menggunakan survei untuk mengenai Tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Cara survei biasanya



dilakukan baik via pos, email dan paling banyak wawancara secara langsung dan tidak langsung hal ini lakukan supaya perusahaan memperoleh *feedback* dalam menaruh perhatian kepada konsumen atau pelanggannya.

Terdapat faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

a. *Product and service features.*

Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.

b. *Consumer emotions.*

Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

*c. Attriutes for service success or failure.*

Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

*d. Perceptions of equity or fairness.*

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.

*e. Other consumers, family members and coworkers.*

Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

## 2. Hakikat Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wibowoti, (2020) Kualitas Layanan adalah suatu usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan ketepatan setiap semua keinginan harapan konsumen. 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.

Kualitas pelayanan atau *service quality* dapat diukur dengan berbagai metode yang telah dibuat oleh para ahli. Fandy Tjiptono (2014: 282) menjelaskan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan seperti berikut ini:

- a) Dimensi Tampilan fisik/ berwujud (*Tangible*) adalah sesuatu yang bisa dilihat langsung dengan Indera pengelihatan, sehingga dalam hal ini berwujud meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
- b) Dimensi Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan yang diberikan oleh penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan, dengan konsisten, terpercaya. dan memuaskan.
- c) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kemauan petugas penyedia jasa/layanan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan/jasa secara cepat.

- d) Dimensi Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- e) Dimensi Empati (*Emphaty*) merupakan bentuk kepedulian yaitu petugas penyedia jasa/layanan meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Lima indikator ini akan menjadi dasar peneliti dalam menyusun kuesioner pertanyaan. Setiap indikator disusun sejumlah pernyataan atau pertanyaan sama rata dengan beberapa alternatif jawaban yang akan diberikan kepada sampel penelitian.

b. Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler yang telah dikutip oleh (Lestari, 2020) bahwa kualitas layanan memiliki empat karakteristik, yaitu:

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Karakteristik ini berbeda dengan barang fisik pada umumnya. Apabila barang fisik dapat dilihat, diraba, serta tidak berwujud, tetapi karakteristik dari kualitas pelayanan ini hanya dapat dinikmati fasilitasnya, dan tidak berwujud.

2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Sebuah barang atau benda biasanya melalui tahapan produk, namun pada pelayanan jasa yang dilakukan terlebih dahulu biasanya adalah penjualan. Penjualan ini dilakukan terlebih dahulu agar pelanggan dapat merasakannya,

3) *Variability* (layanan yang sangat bervariasi)

Kualitas layanan bergantung pada siapa, kapan, dimana, dan bagaimana kualitas layanan tersebut dilaksanakan. Kualitas juga dipengaruhi oleh variasi layanan yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Suatu layanan memiliki sifat yang tidak tahan lama artinya tidak dapat dipakai secara berulang-ulang untuk waktu yang akan datang. Permintaan suatu jasa bersifat fluktuatif atau tidak tetap. Oleh karena itu, penyedia layanan jasa harus melakukan rancangan strategi agar lebih baik lagi dalam menjalankan usahanya.

### **3. Hakikat Lokasi Usaha**

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena

pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Untuk itu, dalam proses pemilihan lokasi perusahaan harus mempertimbangkan keputusannya dengan benar agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian harinya.

Menurut Fikriansyah dkk., (2022) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi juga menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar. Menurut Adhiani, (2018) *place* dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi strategis. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen.

Faktor-faktor Pemilihan Lokasi Menurut Afrianti & Zulkifli, (2017) pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: (a) Akses, (b) Visibilitas, (c) Lalu lintas, (d) Tempat parkir yang luas (e) Ekspansi, (f) Lingkungan, (g) Kompetisi, (h) Peraturan Pemerintah.

#### 4. Hakikat Manajemen

Secara etimologi, kata manajemen diambil dari bahasa Prancis kuno, yakni “*management*” yang artinya adalah seni dalam mengatur dan melaksanakan. Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya pengkoordinasian, perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efisien dan efektif (Gesi et al., 2019:53).

Fungsi manajemen sebagai elemen dasar yang harus melekat dalam manajemen sebagai acuan manajer (seseorang yang mengelola manajemen) dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan dengan cara merencanakan, mengorganisir, mengkoordinasi, dan mengendalikan. Mengacu pada pengertian manajemen di atas, terdapat lima (5) fungsi utama manajemen dalam perusahaan, yaitu:

##### a) Perencanaan (*planning*)

Pentingnya manajemen dalam perusahaan, akan merencanakan dan mengevaluasi setiap tindakan yang telah dan belum ditindaklanjuti dalam perusahaan. Perencanaan penting untuk menentukan secara keseluruhan tujuan perusahaan dan upaya untuk memenuhi tujuan tersebut. Manajer selalu bertindak sebagai seseorang yang mencari alternatif dalam mencapai tujuan akhir, mencakup rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Tanpa perencanaan tepat

dalam perusahaan berkembang yang dapat sedang membuat operasi perusahaan tidak berjalan sesuai dengan jalurnya. Penyimpangan ini bisa berakibat pada ketidak teraturan hingga kebangkrutan.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Dengan pengorganisasian dapat membagi kegiatan besar menjadi beberapa kegiatan kecil atau serangkaian kegiatan. Tujuannya adalah untuk manajer dalam mempermudah melakukan pengawasan yang lebih efektif dan menentukan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan yang telah dibagi menjadi lebih efisien. Pengorganisasian secara lebih gampang dapat dilaksanakan dengan menentukan apa tugas yang dikerjakan, dan bagaimana harus dikerjakan. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui proses yang lebih terstruktur atau terorganisasi.

c) Penempatan (*Staffing*)

Mirip dengan *organizing*, namun penggunaannya lebih luas. Bila *organizing* telah memperhatikan manajemen SDM, maka *staffing* lebih memperhatikan sumber daya secara umum. Beberapa sumber daya tersebut diantaranya: peralatan, perlengkapan, inventaris yang ada dan pada perusahaan.



d) Pengarahan (*Directing*)

Fungsi manajemen dalam bisnis yang terakhir adalah sebagai suatu tindakan yang mengupayakan agar setiap bisnis atau kelompok mampu mencapai sasaran dan target sesuai prosedur manajerial yang sudah direncanakan. Seorang manajer akan melakukan pengarahan jikalau terjadi masalah yang dikerjakan tidak sesuai dengan yang direncanakan.

e) Pengawasan (*controlling*)

Dari serangkaian rencana dan tindakan yang telah dijalankan, perlu adanya pengawasan atau *controlling*. Fungsi manajemen bisnis dalam hal ini adalah melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap kinerja sumber daya perusahaan. Manajer secara aktif akan melakukan pengawasan terhadap sumber daya yang telah diorganisasi sebelumnya dan memastikan apa yang dikerjakan sesuai dengan yang direncanakan. Adanya kesalahan atau penyimpangan dalam menjalankan tugas dapat dikoreksi untuk menjadi pembelajaran pada perencanaan tahap berikutnya.

## 5. Hakikat Pusat Kebugaran

Keberadaan pusat kebugaran atau *fitness Group* dapat dijumpai di kota-kota besar maupun kecil. Persaingan pelayanan yang diberikan dari manajemen *fitness Group* memberikan kesempatan pelanggan untuk memilih pusat kebugaran yang cocok (Ridwan et al., 2022: 19). Penentuan tarif layanan tentu dengan melihat fasilitas yang ada serta lokasi pusat

kebugaran tersebut berada. Setelah itu, manajemen perlu melihat pesaing bisnis serupa khususnya yang berada dalam satu lingkup daerah agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga dan pelanggan baru semakin bertambah dari waktu ke waktu.

Pusat kebugaran merupakan tempat untuk melakukan olahraga dari yang tidak menggunakan alat hingga yang menggunakan alat olahraga mahal dan canggih dengan tujuan yang beragam, diantaranya untuk kesehatan dan prestasi (Ramadhani & Arjuna, 2022: 5). Tidak hanya fasilitas dan peralatan yang lengkap saja, beberapa tempat *fitness Group* juga menyediakan seorang instruktur atau *manajemen* yang membantu member dalam latihan secara baik dan benar, membuat program untuk setiap member, memastikan para member melakukan latihan sesuai dengan ketentuan latihan, serta menambah pengetahuan member dalam masalah kebugaran yang mencakup masalah nutrisi dan panduan kesehatan secara umum. Manajemen dituntut harus dapat menentukan program yang paling sesuai dengan kebutuhan member demi mencapai hasil yang diharapkan. Daerah Istimewa Yogyakarta pun kini semakin bermunculan

## **6. Profil Lembah *Fitness Group***

Lembah *Fitness Group* adalah salah satu tempat *fitness Group* yang berada di Yogyakarta yang banyak memiliki member. Member yang aktif sampai bulan maret 2012 tercatat di Lembah *Fitness Group* sebanyak 525

orang. Direktur sekaligus emilik Lembah Fitness Group adalah Bapak H. Mansur, M.S. Bapak H. Mansur, M.S telah berhasil memiliki banyak cabang *fitness Group* yang tersebar di Yogyakarta, yaitu antara lain Bahtera *Fitness Group*, Seturan *Fitness Group*, dan Babar Sari *Fitness Group*.

Ada beberapa fasilitas yang diberikan oleh Lembah *Fitness Group* diantaranya, ruang ganti, timbangan, toilet, dispenser. Jam operasional untuk Lembah *fitness group* buka setiap hari termasuk hari minggu. Pukul 06.00 – 21.00 WIB. Adapun satuan tarif yang ditawarkan Lembah *Fitness Group* terakhir diperbarui pada tahun 2023 untuk cabang Janti yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Tarif Pelanggan Lembah *Fitness Group* Cabang Janti

Kategori	Tarif
Paket Satu Bulan	Rp150.000
Paket <i>Personal Trainer</i> 12x	Rp750.000
Insidental	Rp30.000

## B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan Putra, (2017) yang berjudul “Efektivitas Kualitas Layanan *Manajemen* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keahlian, kepercayaan dan daya tarik *manajemen* Rebel Gym dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rebel Gym Dago Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif

kuantitatif menggunakan metode survei berupa angket, observasi, wawancara dan studi Pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen pusat kebugaran Rebel Gym Dago Bandung. Hasil penelitian menyatakan bahwa sebanyak 54,76% menunjukkan aspek penilaian responden berada pada kategori cukup baik serta sebanyak 45,24% lagi berada pada kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa untuk penilaian responden terhadap layanan yang diberikan *manajemen* pusat kebugaran rebel gym dago dikatakan sudah mendukung atau sesuai dengan harapan secara spesifik dapat disimpulkan bahwa aspek keahlian, keterpercayaan dan daya tarik *trainer* cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen Rebel Gym Dago.

2. Penelitian yang dilakukan Salsabila et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan *Fitness Group Health and Sport Group* (HSC) UNY Terhadap Kepuasan Member”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan *Fitness Group* HSC UNY terhadap kepuasan *member*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah member *Fitness Group HSC* UNY yang berjumlah 154 orang. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria (1) pernah fitness di HSC UNY minimal 1 kali, (2) bersedia menjadi sampel, (3) mengembalikan angket yang telah diberikan peneliti. Berdasarkan kriteria tersebut yang memenuhi berjumlah 97 orang. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 32,64%. (2) Ada pengaruh yang signifikan ketanggapan *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 14,93%. (3) Ada pengaruh yang signifikan keyakinan *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 15,63%. (4) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 10,60%. (5) Ada pengaruh yang signifikan tampilan fisik *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 9,91%. (6) Ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan *Fitness Group* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai  $p < 0,05$  dan sumbangan sebesar 66,70%.

3. Penelitian yang dilakukan Ramadhani & Arjuna, (2022) yang berjudul “Tingkat Kepuasan Member Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Melia Gym Bantul Yogyakarta”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui: bagaimana tingkat kepuasan *member* terhadap kualitas pelayanan di pusat kebugaran Melia Gym Bantul Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan metode survei dengan teknik pengambilan datanya menggunakan angket. Penelitian ini dilakukan di pusat kebugaran Melia Gym pada bulan Mei

tahun 2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu: (a) terdaftar *member* aktif di Melia Gym tahun 2022 (b) *member* usia 20 tahun sampai 40 tahun (c) sudah *member* di Melia Gym minimal lebih dari 2 bulan (d) bersedia menjadi responden penelitian. Sehingga penelitian ini mendapatkan 30 orang sampel dari 80 *member* aktif. Uji validitas instrumen menggunakan korelasi *product moment* dan diperoleh hasil 30 soal pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai korelasi  $\geq r$  tabel 0.443 dan hasil uji reliabilitas Sebanyak 30 item pertanyaan dianalisis menggunakan teknik *alpha cronbach* menunjukkan  $rtt > 0.600$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dituangkan dalam bentuk persentase. Hasil analisis data menunjukkan tingkat kepuasan *member* terhadap kualitas pelayanan di pusat kebugaran Melia Gym Bantul Yogyakarta masuk dalam kategori “sangat puas”. Penjelasan lebih detail hasil penelitian pada masing-masing dimensi, dimensi *tangible* menghasilkan nilai 80% dengan kategori “sangat puas”, dimensi *reliability* 56% “sangat puas”, dimensi *responsiveness* 56% “sangat puas”, aspek *assurance* 50% “sangat puas” dan aspek *empathy* 70% “sangat puas”.

4. Penelitian yang dilakukan Martono, dkk, (2022) yang berjudul “*User Satisfaction On Quality Of Services In HSC Fitness Center Faculty of Sport Science Universitas Negeri Yogyakarta*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk

mengetahui kepuasan pengguna di *Fitness Center* HSC Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel dari penelitian ini melibatkan 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan instrumen angket dalam pengumpulan data. Objek penelitian ini berupa kepuasan pengguna *Fitness Center* HSC yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan mengkonversikan menjadi kategori sangat memuaskan, memuaskan, tidak memuaskan, dan sangat tidak memuaskan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan puas dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *fitness center* HSC UNY dengan presentase sangat memuaskan sebesar 13% (13 orang), memuaskan 82% (82 orang), tidak memuaskan 4% (4 orang), dan sangat tidak memuaskan 1% (1 orang). Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna terhadap kualitas pelayanan jada di *Fitness Center* HSC adalah memuaskan.

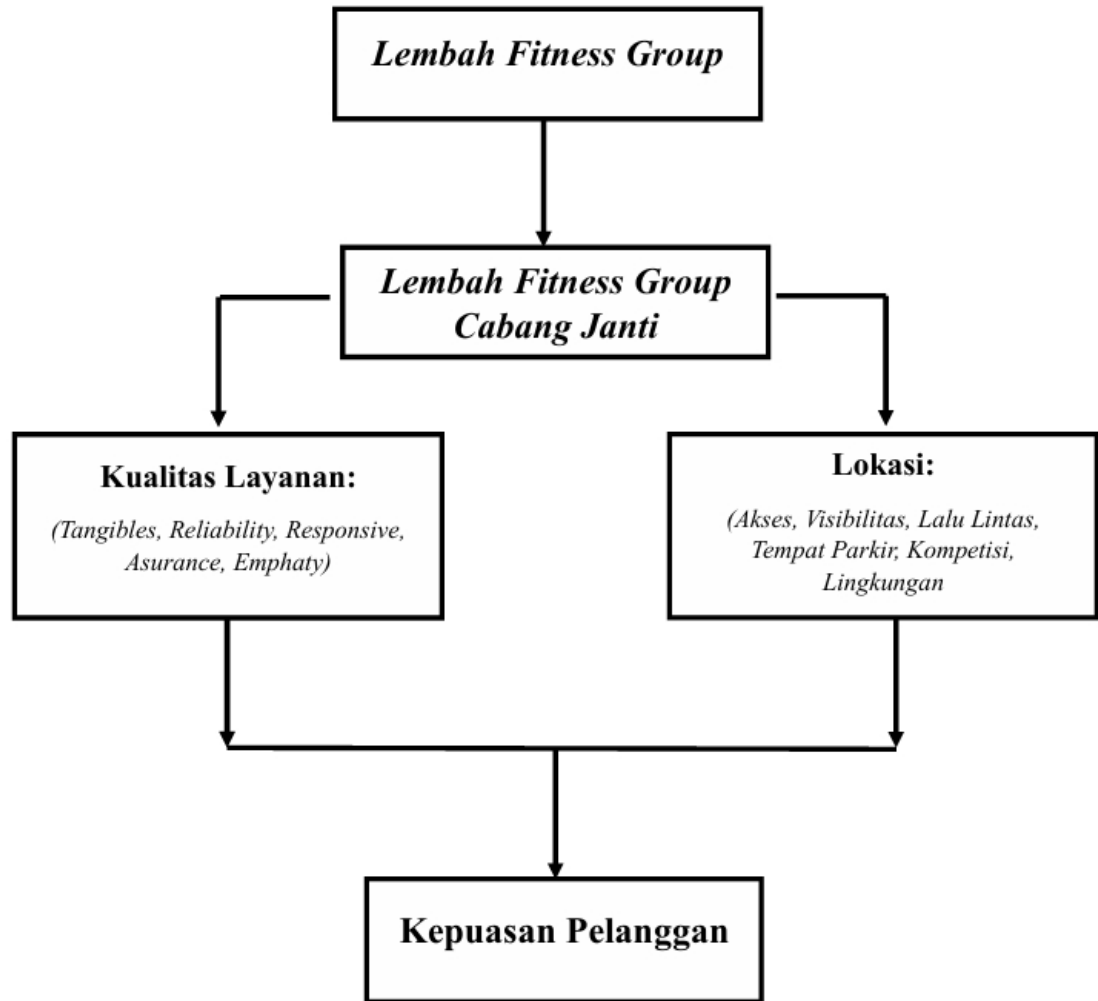
### **C. Kerangka Pikir**

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.

Lembah *Fitness Group* Cabang Janti berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerapkan kualitas layanan. Sebuah usaha dikatakan layak jika pelanggan merasakan puas. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui kualitas pelayanan yang bagus. Menurut kualitas pelayanan dapat dilihat melalui 5 dimensi yaitu dimensi bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*confidence*), dan empati (*emphaty*). Selain kualitas pelayanan, Lokasi usaha juga dapat mempengaruhi seorang member memilih suatu pelayanan. Lokasi dapat dinilai dari akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, kompetisi, dan lingkungan. Dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan Lokasi diharapkan Lembah fitness group cabang Janti dapat memenuhi kepuasan pelanggan sehingga pelayanan terus berjalan dan bahkan meningkat. Berikut bagan kerangka berpikir penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan studi deskriptif untuk mengumpulkan data dan informasi yang mendukung dalam penelitian ini. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi secara *realistic*, nyata terkini yang disajikan melalui gambar, uraian secara sistematis, faktual, dan tepat sesuai dengan teori yang ada (Rukajat, 2018). Menurut Purba, (2021) penelitian deskriptif merupakan metode pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terakhir subjek dengan interpretasi yang benar dan sesuai.

##### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada 14 sampai dengan 24 Juli 2024 di *Lembah Fitness Group* Cabang di Jl. Janti, Banguntapan, Bantul. Daerah Istimewa Yogyakarta.

##### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

###### **1. Populasi**

Menurut Amin et al., (2023), Populasi diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan karakteristik tertentu. Populasi penelitian ini adalah member *fitness* *Lembah* yaitu anggota yang terdaftar aktif tahun 2024. Berdasarkan data anggota atau

member *card* diketahui jumlah member *fitness* Lembah Cabang Janti pada tahun 2019- 2024 yaitu sejumlah 104 orang.

## 2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian (Suriani et al., 2023). Penelitian mengambil sampel dengan metode *non-probability* yang menggunakan teknik *accidental sampling*. Sampling insidental atau *accidental sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, atau apabila seseorang yang ditemui cocok sebagai sampel atau sumber data yang dibutuhkan. Sampel dihitung dengan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
 n &= \frac{104}{1 + 104(0,1)^2} \\
 n &= \frac{104}{1 + 104(0,01)} \\
 n &= \frac{104}{1 + 1,04} \\
 n &= \frac{104}{2,04} \\
 n &= 54 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

$e$  : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir.

Ketentuan:

Nilai  $e$  : 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai  $e$  : 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan lokasi.

1. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kinerja (kondisi nyata) dengan kondisi yang diharapkan.
2. Kualitas pelayanan merupakan pelayanan terbaik (sesuai standar) yang diberikan oleh suatu perusahaan dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati.
3. Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Lokasi dapat diukur melalui enam indikator yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan.

## E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan angket kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket skala likert. Data yang diperoleh berdasarkan pendapat/tanggapan seseorang. Skala likert mempunyai keragaman skor (*variability of scorer*) sebagai akibat penggunaan skala yang dalam contoh berkisar antara 1 sampai 5. Tanggapan responden dinyatakan dalam bentuk harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Pada penelitian ini menggunakan skor 1 sampai 4 untuk menghindari jawaban menjadi netral.

Tabel 2. Skor jawaban kuesioner

<b>Harapan Saya</b>	<b>Kenyataan yang terjadi</b>	<b>Skor</b>
SP = Sangat Penting	SP = Sangat Puas	4
P = Penting	P = Puas	3
TP = Tidak Penting	TP = Tidak Puas	2
STP = Sangat Tidak Penting	STP = Sangat Tidak Puas	1

Kuesioner yang disusun oleh peneliti adalah kuesioner yang belum pernah disusun dan digunakan pada suatu 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 deskripsi indikator, deskriptor, dan butir item setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskriptor</b>	<b>Butir item</b>
<b>Kualitas Pelayanan (Sinollah &amp; Masruro, 2019)</b>	<i>Tangibility (Bukti Fisik)</i>	c. Penampilan karyawan d. Alat dan fasilitas	1,2,3
	<i>Reliability (Keandalan)</i>	a. Kesesuaian pelayanan b. ketepatan waktu	4,5,6
	<i>Responsive (Daya tanggap)</i>	a. Respon terhadap saran dan kritik	7,8,9
	<i>Assurance (Jaminan)</i>	a. Jaminan pelayanan dan keselamatan	10,11,12
	<i>Empathy (Empati)</i>	a. Perhatian penyedia jasa b. Memahami kebutuhan pelanggan	13,14,15
<b>Lokasi Afrianti &amp; Zulkifli, (2017)</b>	Akses	a. Kemudahan lokasi untuk dijangkau	16,17
	Visibilitas	a. Lokasi mudah ditemukan b. Lokasi mudah dikenal	18,19
	Lalu lintas	a. Banyak dilintasi orang b. Tersedia petunjuk	20,21
	Tempat Parkir	a. Ketersediaan lahan parkir	22,23
	Ekspansi	a. Kemungkinan menambah fasilitas dan sarana	24,25
	Lingkungan	a. Kedekatan dengan fasilitas umum	26,27

## **F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud dalam pernyataan ini merupakan alat ukur dengan angket atau kuesioner (Janna & Herianto, 2021). Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir soal yang digunakan valid atau tidak valid.

Validitas yang digunakan pada penelitian ini diawali dengan melakukan validitas berdasarkan pertimbangan validator. Kuesioner melalui tahapan validasi ahli sebanyak 3 validator yaitu Dr. Sulistiyono, M.Pd., Dr. Fatkurahman Arjuna, M. Or. dan Dr. Sigit Nugroho, M.Or. Berdasarkan hasil uji validasi validator terhadap angket kualitas pelayanan, dan lokasi terdapat beberapa pernyataan yang perlu diperbaiki atas dasar saran dari validator agar sesuai dengan aspek dan indikator yang akan diukur.

Kemudian setiap pernyataan dilakukan uji coba instrumen. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan betul-betul mengukur yang seharusnya diukur dan untuk melihat konsistensi dari instrumen tersebut. Sebelum pengambilan data, dilakukan uji coba instrumen sebanyak 27 butir pernyataan terhadap 20 responden dan diperoleh uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0.607	0.226	Valid
	X2	0.518		Valid
	X3	0.500		Valid
	X4	0.565		Valid
	X5	0.546		Valid
	X6	0.482		Valid
	X7	0.566		Valid
	X8	-0.028		Tidak Valid
	X9	0.523		Valid
	X10	0.326		Valid
	X11	0.546		Valid
	X12	0.588		Valid
	X13	0.541		Valid
	X14	0.642		Valid
	X15	0.851		Valid
Lokasi	Y1	0.151	0.226	Valid
	Y2	0.607		Valid
	Y3	0.243		Valid
	Y4	0.487		Valid
	Y5	0.631		Valid
	Y6	0.336		Valid
	Y7	0.523		Valid
	Y8	0.516		Valid
	Y9	0.457		Valid
	Y10	0.622		Valid
	Y11	0.207		Valid
	Y12	0.516		Valid

Dari hasil uji coba instrumen, ditemukan ada 1 butir pernyataan yang memiliki nilai  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  yaitu nomor 8, sehingga dinyatakan tidak valid. Saat pengambilan data, pernyataan nomor 8 pada indikator kualitas pelayanan dihapus dan hanya menggunakan kuesioner sejumlah 26 pernyataan terdiri dari



14 butir pernyataan pada indikator kualitas pelayanan dan 12 butir pernyataan pada indikator lokasi kepada 54 responden.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian indeks yang dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur (Amanda et al., 2019). Untuk menghitung reliabilitas suatu tes dapat menggunakan metode *Alpha Cronbach* dengan Perhitungan apabila perhitungan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  5%.

Tabel 5. Interpretasi Korelasi Reliabilitas

Koefisien Alpha	Kriteria
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Nilai Reliabilitas memiliki peran penting dalam penelitian. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach* dengan software SPSS versi 23, Dimana memiliki kriteria jika nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,5$  dan bernilai positif, maka variabel dapat dikatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan	Kriteria
Kualitas Pelayanan	0.730	Reliabel	Kuat
Lokasi	0.632	Reliabel	Kuat

Menyatakan hasil pengujian dikatakan reliabel jika memiliki nilai  $> 0,5$  dan positif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada 2 variabel penelitian masing-masing  $> 0,5$ . Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang melibatkan perhitungan skala *likert* untuk setiap item pernyataan. Untuk mengetahui Tingkat kepuasan pelanggan menggunakan rumus sebagai berikut:

##### **1. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)**

Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dapat dihitung dengan rumus:

$$IKP = PP - EX$$

Keterangan:

IKP: Indeks Kepuasan Pelanggan

PP: *Perceived Performance* (kinerja yang dirasakan)

EX: *Expectations* (harapan konsumen)

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, dan sebaliknya jika *perceived performance* lebih kecil dari *expectations* maka pelanggan tidak memperoleh kepuasan.

## 2. Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki)

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan (Kuswibowo, 2022: 27).

Pengukuran tingkat kesesuaian (Tki) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki: tingkat Kesesuaian responden

Xi: skor penilaian kenyataan/kinerja perusahaan

Yi: skor penilaian harapan/kepentingan konsumen

Kategorisasi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan asumsi bahwa seorang pelanggan dapat dikatakan sangat puas apabila hasil persentase tingkat kepuasan pelanggan adalah >100% dan <50% dikatakan sangat tidak puas.

Maka kategorisasi tingkat kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Kategorisasi Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kelompok	Tki (%)	Kategori
1	90- 100	Sangat Puas
2	80- 89,99	Puas
3	70 – 79,99	Cukup Puas
4	60 – 69,99	Tidak Puas
5	< 50-59,99	Sangat Tidak Puas

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan lokasi Lembah *Fitness Group* cabang *Janti*. Dari penelitian ini dapat diperoleh data mengenai identitas responden dan tingkat kepuasan pelanggan. Dari data tersebut kemudian dihitung menggunakan statistic deskriptif untuk dapat menggambarkan data penelitian. Kemudian untuk analisis data kepuasan pelanggan menggunakan analisis indkes kepuasan pelanggan dan Tingkat kesesuaian untuk membandingkan tingkat kenyataan dan tingkat harapan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Lembah *Fitness Group* cabang *Janti* pada tanggal 14 sampai dengan 24 Juli 2024. Dalam penelitian ini, penyajian data mengenai identitas responden sangat penting. Hal ini ditujukan untuk menggambarkan pelanggan yang datang ke Lembah *Fitness Group* Cabang *Janti*. Identitas responden penelitian diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan.

Berikut ini akan dibahas mengenai data kondisi responden sebagai berikut:

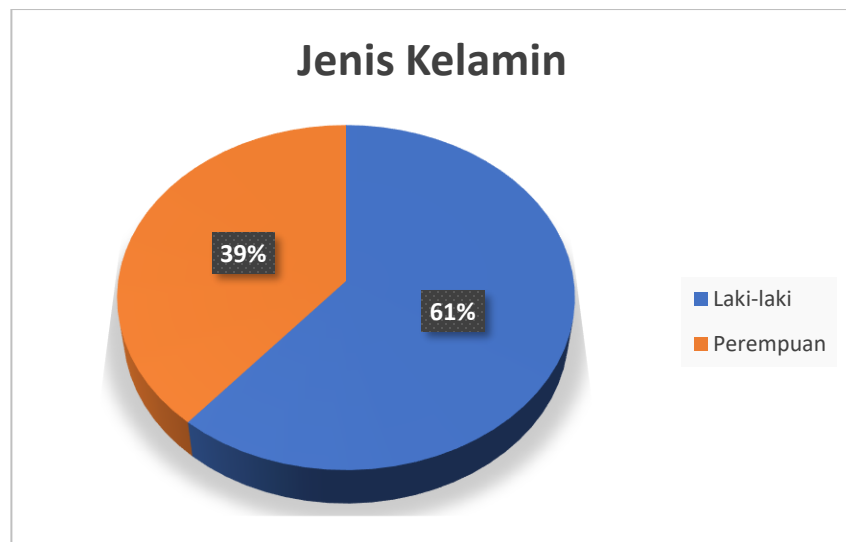
a. Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian ini diperoleh perbandingan karakteristik responden jenis kelamin laki-laki dan Perempuan yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	33	61.1%
Perempuan	21	38.9%
Total	54	100%

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat digambarkan pada diagram dibawah ini.



Gambar 2. Diagram Pie karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan gambar diketahui bahwa mayoritas pelanggan yang datang ke Lembah *Fitness Group* Cabang Janti adalah pelanggan berjenis kelamin laki-laki. Responden pelanggan laki-laki sebanyak 33 orang atau 61% sedangkan responden pelanggan perempuan berjumlah 21 orang atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mayoritas laki-laki.

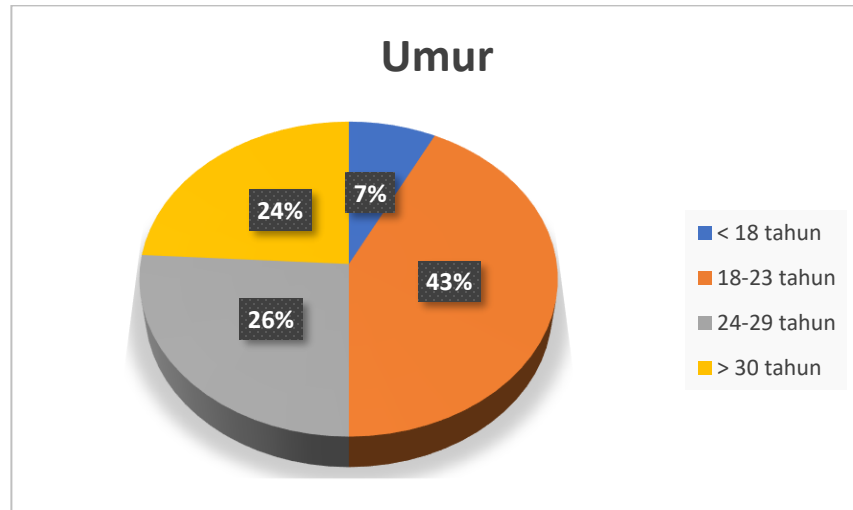
b. Umur

Pelanggan yang datang ke Lembah *Fitness Group* Cabang Janti setiap hari jumlahnya selalu bervariasi, maka dapat memungkinkan umur pelanggan juga bervariasi. Disisi lain, umur pelanggan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih dan memakai suatu jasa layanan. Pada hasil penelitian ini dapat diketahui rentang umur responden yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan umur

<b>Umur</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
< 18 tahun	4	7.4%
18 – 23 tahun	23	42.6%
24- 29 tahun	14	25.9%
>30 tahun	13	24.1%
Total	54	100%

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan umur dapat digambarkan menggunakan diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Pie karakteristik responden berdasarkan umur

Berdasarkan gambar diketahui bahwa responden terbanyak Lembah *Fitness Group* Cabang Janti berumur 18-23 tahun sebanyak 23 orang atau 43%, kemudian diikuti umur 24-29 tahun sebanyak 14 orang atau 26%. Lalu umur > 30 tahun sebanyak 13 orang atau 24% dan usia < 18 tahun sebanyak 4 orang atau 7%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mayoritas usia 18-23 tahun.

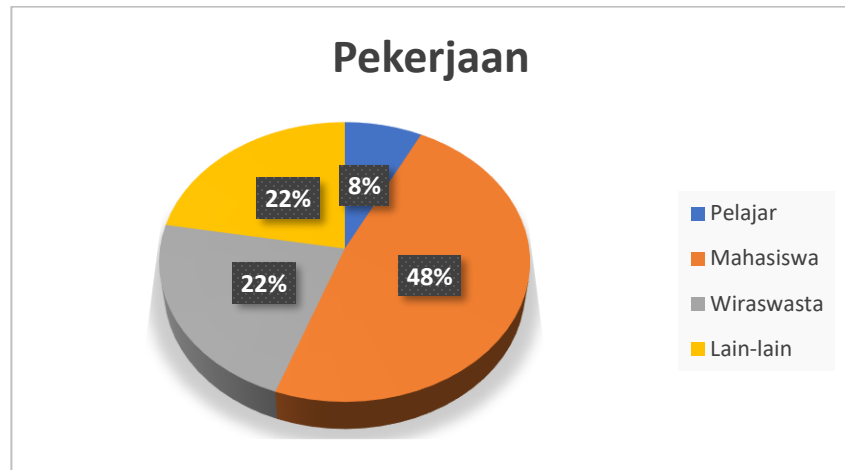
#### c. Pekerjaan

Pada penelitian ini dapat diperoleh data mengenai pekerjaan responden yang disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Pelajar	4	7.4%
Mahasiswa	26	48.1%
Wiraswasta	12	22.2%
Lain-lain	12	22.2%
Total	54	100%

Berdasarkan tabel 9, karakteristik pekerjaan responden dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram Lingkaran karakteristik responden berdasarkan pekerjaan member

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan *Lembah Fitness Group* Cabang Janti terbanyak adalah mahasiswa sebanyak 26 orang atau 48.1%. diikuti pekerjaan dan wiraswasta dan pekerjaan lain-lain (dokter, akuntan, montir, IRT) sebanyak 12 orang atau 22.2%. dan pelajar sebanyak 4 orang atau 7.4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan pelanggan ialah mahasiswa dan diikuti oleh wiraswasta.



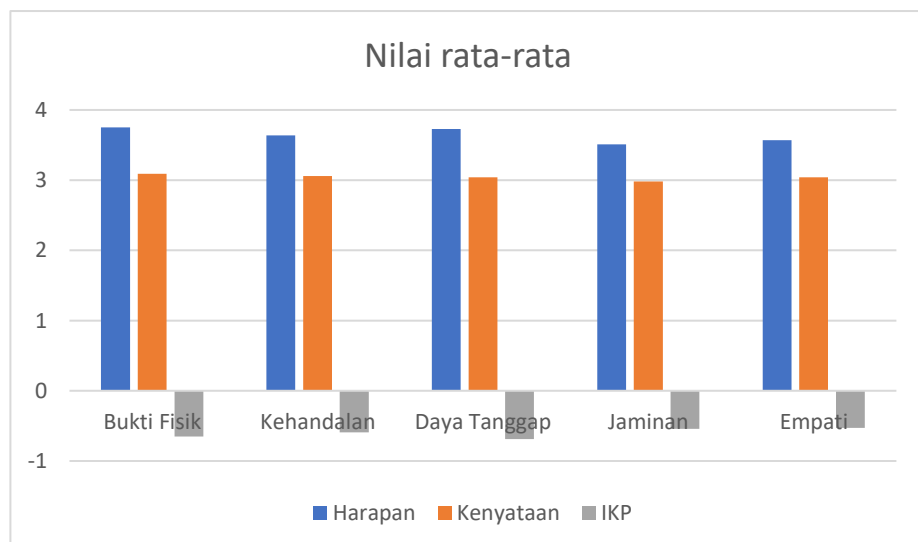
## 2. Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan

### a. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Penilaian kualitas pelayanan terdiri dari harapan pelanggan dan kenyataan yang terjadi. Berikut hasil penilaian responden tentang rata-rata indikator kualitas pelayanan di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

Tabel 11. Nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

No	Indikator	Tingkat Harapan	Tingkat Kenyataan	IKP
1.	Bukti Fisik	3.75	3.09	-0.65
2.	Kehandalan	3.64	3.06	-0.59
3.	Daya Tanggap	3.73	3.04	-0.69
4.	Jaminan	3.51	2.98	-0.54
5.	Empati	3.57	3.04	-0.53
<b>Rata-rata</b>		<b>3.64</b>	<b>3.04</b>	<b>-0.60</b>



Gambar 5. Diagram batang nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa nilai IKP tertinggi terdapat pada indikator daya tanggap. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada indikator tersebut sangat tinggi sedangkan manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti belum melaksanakan indikator ini dengan maksimal.

Dari tabel rata-rata skor penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan (lampiran) dapat diketahui bahwa nilai rata-rata total dari kualitas pelayanan pada tingkat kenyataan yaitu sebesar 3,04. Rata-rata tertinggi untuk kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan adalah yang terdapat pada pernyataan nomor 2 dan nomor 13. Sedangkan untuk rata-rata terendah terdapat pada pernyataan nomor 10 dan 11.

Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dihitung dengan rumus tingkat kesesuaian. Apabila nilai tingkat kesesuaian sudah memenuhi dan melebihi harapan pelanggan sehingga dapat dikatakan pelanggan merasa sangat puas, dan sebaliknya apabila nilai tingkat kesesuaian  $< 50$  maka dikatakan konsumen merasa sangat tidak puas. Perhitungan tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
1.	Pihak karyawan Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berpenampilan bersih dan rapi	204	168	82.35%
2.	Ruang latihan cukup baik kebersihannya	205	170	82.92%
3.	Pihak manajemen profesional dalam melayani pelanggan	198	163	82.32%
Rata-rata				82.53%

Pada tabel dapat diperoleh bahwa pada indikator bukti fisik pada kualitas pelayanan memiliki rata-rata 82.53%, nilai ini berada di kategori puas.

Tabel 13. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator kehandalan

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
4.	Pihak manajemen mengetahui semua fasilitas yang disediakan di Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti	201	166	82.58%
5.	Pihak manajemen memiliki komunikasi yang baik kepada pelanggan	199	165	82.91%
6.	Pihak manajemen memberikan referensi program dan personal trainer	190	164	86.31%
Rata-rata				83.93%

Pada tabel 12 diperoleh bahwa pada indikator kehandalan pada kualitas pelayanan memiliki rata-rata 83.93%, nilai ini termasuk dalam kategori puas.

Tabel 14. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan indikator daya tanggap

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
7.	Pihak Manajemen cepat dan tanggap menjawab pertanyaan dari pelanggan	202	164	81.18%
8.	Pihak manajemen membagikan informasi yang akurat kepada pelanggan	201	164	81.59%
Rata-rata				81.39%

Pada tabel 13 diperoleh bahwa pada indikator daya tanggap pada kualitas pelayanan memiliki rata-rata 81.39% termasuk kategori puas.

Tabel 15. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator jaminan

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
9.	Pihak manajemen memberikan potongan saat pelanggan merasakan kurang puas terhadap pelayanan	181	159	87.84%
10.	Ketika terjadi cedera akibat latihan, pihak Manajemen bertanggung jawab untuk menolong pelanggan	199	159	79.89%
11.	Pihak manajemen melakukan monitoring perkembangan pelanggan setelah berlatih	189	164	86.77%
Rata-rata				84.83%

Pada tabel 14 diperoleh bahwa pada indikator jaminan pada kualitas pelayanan memiliki rata-rata 84.83% termasuk kategori puas.

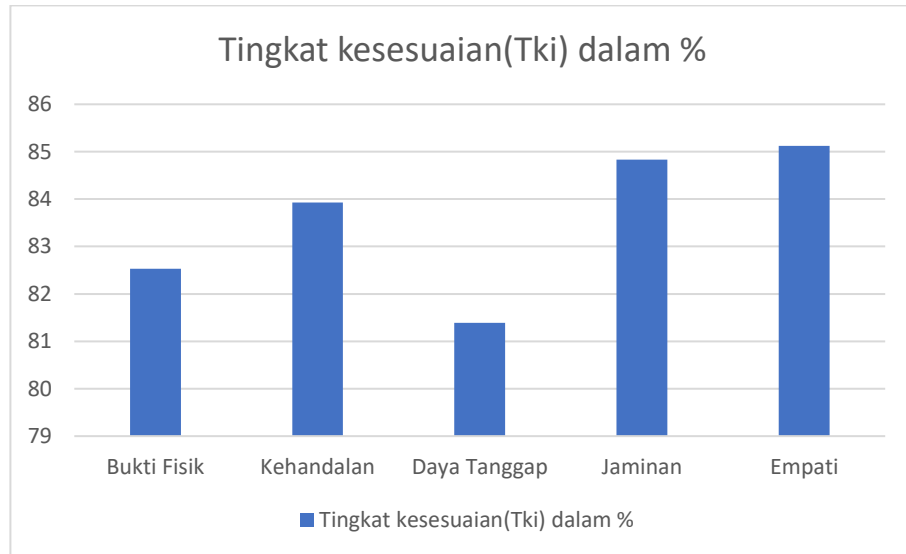
Tabel 16. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator empati

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
12.	Pihak manajemen menanyakan pelanggan saat terlihat tidak baik-baik saja	200	170	85.00%
13.	Pihak manajemen menyimpan barang pelanggan yang ketinggalan	188	161	85.63%
14.	Pihak manajemen mengingatkan jadwal latihan pada pelanggan	190	161	84.73%
Rata-rata				85.12%

Pada tabel 15 diperoleh bahwa pada indikator jaminan pada kualitas pelayanan memiliki rata-rata 85.12% termasuk kategori puas.

Tabel 17. Rata-rata nilai Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Rata-rata nilai tingkat kesesuaian (Tki)	Urutan
1.	Bukti Fisik	82.53%	4
2.	Kehandalan	83.93%	3
3.	Daya Tanggap	81.39%	5
4.	Jaminan	84.83%	2
5.	Empati	85.12%	1



Gambar 6. Diagram batang Tingkat kesesuaian (Tki)

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat indikator “empati” dengan persentase sebesar 85.12% sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu pada indikator “daya tanggap” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 81.39% %.

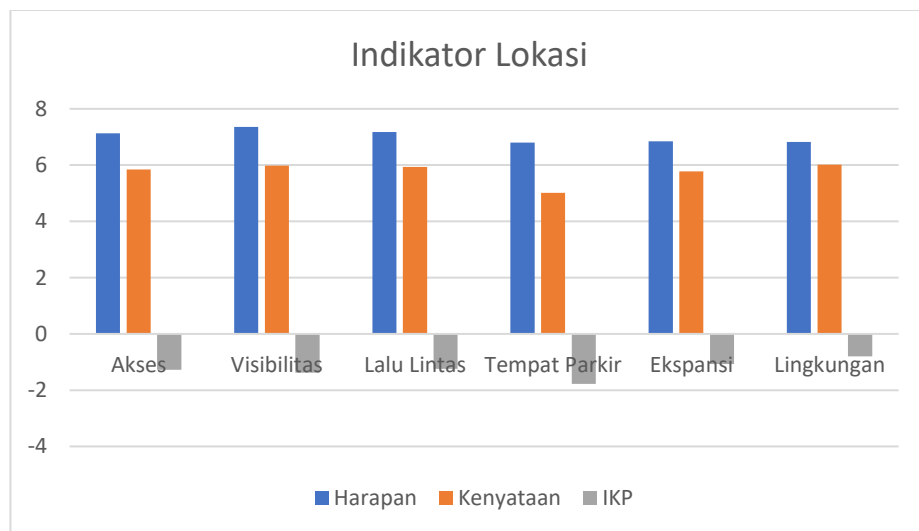
Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase berada dikategori 80-89 (puas). Hal ini menunjukkan pelanggan belum merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu meningkatkan kinerja kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan loyalitas.

b. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Lokasi

Kepuasan pelanggan dapat menentukan loyalitas. Selain kualitas pelayanan, hal yang dapat menentukan suatu usaha berhasil yaitu lokasi. Berikut hasil penilaian responden tentang rata-rata indikator lokasi di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

Tabel 18. Nilai rata-rata indikator lokasi

No	Indikator	Tingkat Harapan	Tingkat Kenyataan	IKP
1.	Akses	7.13	5.85	-1.28
2.	Visibilitas	7.36	5.98	-1.38
3.	Lalu Lintas	7.18	5.94	-1.24
4.	Tempat Parkir	6.80	5.02	-1.78
5.	Ekspansi	6.85	5.78	-1.07
6.	Lingkungan	6.82	6.02	-0.80
	<b>Rata-rata</b>	<b>7.02</b>	<b>5.76</b>	<b>-1.26</b>



Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa nilai IKP tertinggi terdapat pada indikator tempat parkir. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada indikator tempat parkir sangat tinggi sedangkan manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti belum melaksanakan indikator ini dengan maksimal.

Dari tabel rata-rata skor penilaian pelanggan terhadap lokasi (lampiran) dapat diketahui bahwa nilai rata-rata total dari lokasi pada tingkat kenyataan yaitu sebesar 5.76. Rata-rata tertinggi untuk lokasi terdapat pada pernyataan nomor 18 dan pernyataan nomor 26. Sedangkan untuk rata-rata terendah untuk lokasi terdapat pada pernyataan nomor 23 dan 27 yaitu dengan nilai rata-rata 5.42 dan 5.38.

Perhitungan tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 19. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Akses

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
15	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah dijangkau transportasi umum	196	161	79.18%
16	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdaftar di aplikasi ojek <i>online</i>	195	157	79.48%
Rata-rata				79.33%



Pada tabel 18 diperoleh bahwa pada indikator akses pada variabel lokasi memiliki rata-rata 79.33% termasuk kategori cukup puas.

Tabel 20. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Visibilitas

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
17	Lokasi Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah ditemukan pelanggan baru	202	168	83.16%
18	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti ada di <i>google maps</i>	203	161	79.31%
Rata-rata				81.24%

Pada tabel 19 diperoleh bahwa pada indikator visibilitas pada variabel lokasi memiliki rata-rata 81.24% termasuk kategori puas.

Tabel 21. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator lalu lintas

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
19	Akses menuju Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti lancar	199	167	83.91%
20	Terdapat papan petunjuk Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti	196	160	81.63%
Rata-rata				82.77%

Pada tabel 20 diperoleh bahwa pada indikator lalu lintas pada variabel lokasi memiliki rata-rata 82.77% termasuk kategori puas.

Tabel 22. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator tempat parkir

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
21	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memiliki lahan parkir yang cukup luas	180	150	81.11%
22	Area parkir Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdapat penyimpanan helm	186	134	72.04%
Rata-rata				76.58%

Pada tabel 21 diperoleh bahwa pada indikator tempat parkir pada variabel lokasi memiliki rata-rata 76.58% termasuk kategori cukup puas.

Tabel 23. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator Ekspansi

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
23	Ruang Ganti Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mungkin untuk ditambah lebih banyak	181	160	88.39%
24	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memungkinkan untuk ditambah peralatan <i>gym</i>	196	158	80.61%
Rata-rata				84.50%

Pada tabel 22 diperoleh bahwa pada indikator ekspansi pada variabel lokasi memiliki rata-rata 84.50% termasuk kategori puas.

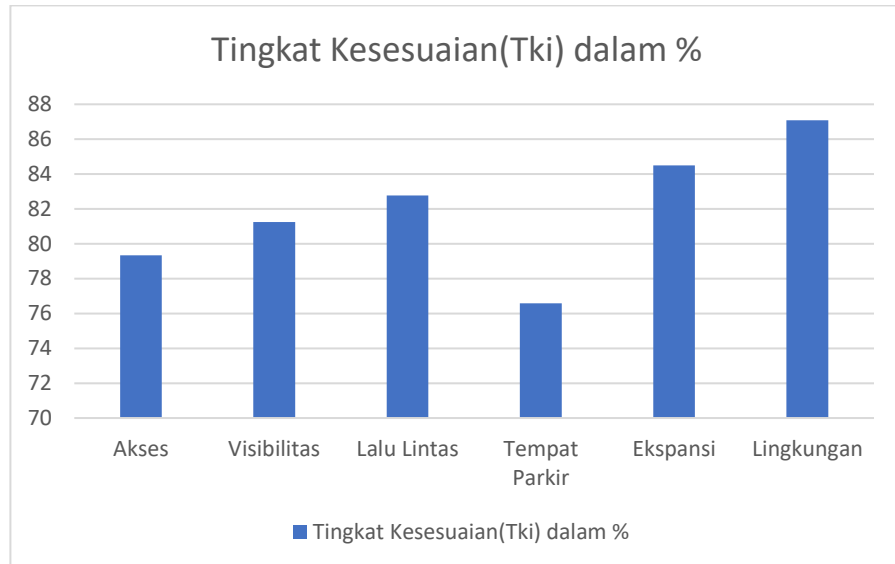
Tabel 24. Tingkat kesesuaian lokasi pada indikator lingkungan

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Tki
25	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berdekatan dengan pusat keramaian	194	181	93.29%
26	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti dekat dari tempat kesehatan seperti rumah sakit	183	148	80.87%
Rata-rata				87.08%

Pada tabel 23 diperoleh bahwa pada indikator lingkungan pada variabel lokasi memiliki rata-rata 87.08% termasuk kategori puas.

Tabel 25. Rata-rata nilai Tingkat kesesuaian lokasi

No.	Indikator Lokasi	Rata-rata nilai tingkat kesesuaian (Tki)	Urutan
1.	Akses	79.33%	5
2.	Visibilitas	81.24%	4
3.	Lalu Lintas	82.77%	3
4.	Tempat Parkir	76.58%	6
5.	Ekspansi	84.50%	2
6.	Lingkungan	87.08%	1



Gambar 7. Tingkat kesesuaian (Tki) Variabel Lokasi

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa pada variabel lokasi tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat indikator “lingkungan” dengan persentase sebesar 87.08% sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu terdapat pada indikator “tempat parkir” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 76.58%.

Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase perbandingan antara kenyataan dan harapan berada di 80-89% yang termasuk kategori puas. Hal ini menunjukkan pelanggan puas terhadap lokasi yang diberikan Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu mempertahankan dan meningkatkan indikator akses karena masih dalam kategori cukup.

## B. Pembahasan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan lokasi di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti maka pembahasan ini dibuat berdasarkan perhitungan statistik yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

### 1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan

Perhitungan tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dihitung pada masing-masing indikator. Ada lima indikator kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Sinollah & Masruro, 2019). Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dinilai dari nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan pelanggan dengan skor kenyataan yang terjadi di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti.

Dari data hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara keseluruhan pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Masing-masing indikator kualitas pelayanan dapat dipertahankan dan ditingkatkan, terlebih dimensi yang nilai tingkat kesesuaiannya masih rendah yaitu indikator daya tanggap (Setiawan et al., 2019).

Daya tanggap adalah keahlian karyawan secara tanggap membantu pembeli dan ketersediaan untuk melayani apa yang dibutuhkan pembeli

dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian, daya tanggap mendapatkan nilai terendah. Hal ini dikarenakan sistem informasi di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti hanya melalui media sosial seperti Instagram dan 6 bulan terakhir jarang melakukan pembaharuan. Hal ini dapat membuat pelanggan terutama yang ingin mendaftar bingung mendapatkan informasi yang akurat (Cesariana et al., 2022). Sebaiknya manajemen dapat mengelola media sosial lebih baik dengan selalu memperbarui informasi terbaru.

## 2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap lokasi

Perhitungan tingkat kesesuaian lokasi dihitung pada masing-masing indikator. Ada enam indikator lokasi yang meliputi akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan (Afrianti & Zulkifli, 2017). Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dinilai dari nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan pelanggan dengan skor kenyataan.

Hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan pelanggan sudah merasa puas terhadap lokasi di Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Indikator lokasi dapat dipertahankan dan ditingkatkan, terlebih dimensi yang nilai tingkat kesesuaiannya masih rendah yaitu indikator tempat parkir. Dalam hal ini indikator masih rendah karena sarana tempat parkir yang masih minim terutama di penyimpanan helm. Kedepannya diharapkan pihak manajemen dapat menyediakan penyimpanan helm agar tersimpan dengan baik dan aman (Rutjuhan & Ismunandar, 2020).

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini dilakukan semaksimal mungkin sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Namun, dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan dan kekurangan, antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner. Dalam pengisian kuesioner peneliti tidak dapat mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi kuesioner, sehingga tidak dapat diketahui kondisi yang menunjukkan keadaan sebenarnya.
2. Penelitian bulan penelitian yang berlesinambungan dan hanya terbatas pada waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga dimungkinkan data kurang obyektif.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata kesesuaian (Tki) pada indikator kualitas pelayanan nilainya diantara 80% sampai dengan 89% dapat dikatakan pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Nilai Tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada indikator empati dengan Tingkat kesesuaian sebesar 85.12% Sedangkan yang terendah terdapat pada indikator daya tanggap dengan Tingkat kesesuaian sebesar 81.39%.
2. Rata-rata kesesuaian (Tki) pada indikator Lokasi nilainya diantara 80% sampai dengan 89% dapat dikatakan pelanggan sudah merasa puas terhadap lokasi Lembah *Fitness Group* Cabang Janti. Nilai Tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada indikator lingkungan dengan Tingkat kesesuaian sebesar 87.08%. Sedangkan yang terendah terdapat pada indikator tempat parkir dengan Tingkat kesesuaian sebesar 76.58%.



## **B. Implikasi**

Berdasarkan Kesimpulan di atas, hasil penelitian ini memiliki implikasi yaitu sebagai referensi dan masukan bagi pihak manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan lokasi pada semua indikator terutama daya tanggap dan tempat parkir. Hal ini bertujuan agar dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dan lokasi diharapkan pelanggan dapat merasa sangat puas dan dapat memberikan manfaat bagi Lembah *Fitness Group* Cabang Janti dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan dapat meningkatkan pendapatan.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitan, pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Lembah *Fitness Group* Cabang Janti antara lain:

1. Pihak manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti bersama-sama mempertahankan indikator empati pada kualitas pelayanan dengan indikator empati ini pelanggan merasa senang dan puas.
2. Pihak manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada indikator daya tanggap dengan indikator daya tanggap pelanggan berharap manajemen memperbaiki pelayanan agar lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abedi, E., & Jahed, A. (2020). Investigating the effect of customer experience affinity and brand on brand equity with the mediating role of customer satisfaction in Iran insurance company. *International Journal of Information, Business and Management*, 12(1), 165–176.
- Adhiani C., B. (2018). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Bidang Akademik Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 1(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v1i1.1222>
- Afrianti, R., & Zulkifli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. *Menara Ilmu*, XI(78), Menara Ilmu.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Apriasty, I., & E. Simbolon, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145.  
<https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Fifi Rahmawati, S., & Wahyuni, I. (2016). Hubungan Antara Beban Kerja Fisik Dengan Tingkat Kebugaran Jasmani Pekerja Bagian Ground Handling Di Bandara Ahmad Yani Semarang (Studi Kasus pada Pekerja Porter PT. Gapura Angkasa). *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 4, 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Fikriansyah, A., Reza, T., & Shafariah, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat. *Jurnal Administrasi Bisnis Administrasi*, 2(1), 1–9.  
<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal*

*Manajemen*, 3(2), 1–19.



- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Metode SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kuswibowo, C. (2022). The Effect of Service Quality And Customer Value on Customer Satisfaction at Celebrity Fitness Margo City. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 313–323.  
<https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.313>
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015>
- Martono, Teofa, B., Wibafied, P., Yachsie, B., Setyawan, H., Arif, N., Puri, L., & W. (2022). *User Satisfaction on Quality of Services in Hsc Fitness Center Faculty of Sports Science*. 21(2), 170–180.
- Prakoso, Y. F. N., & Irawan, R. J. (2022). Motivasi Masyarakat Melakukan Olahraga di Tempat Kebugaran se Kecamatan Benjeng. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 10(2), 1–8.
- Purba. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Putra, Y. N. (2017). *Efektivitas Kualitas Layanan Personal Trainer dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.
- Ramadhani, M. F., & Arjuna, F. (2022). Tingkat Kepuasan Member Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Melia Gym Bantul Yogyakarta. *Journal Active of Sports*, 3(1 SE-Articles), 33–45.  
<https://ejournal.stkipmodernngawi.ac.id/index.php/JAS/article/view/651>
- Ridwan, A., Nasrulloh, A., Visnu, J., & Jehtae, Z. (2022). Identification of Member ' S Preferences Fitness Center Health and Sports Clinic Yogyakarta State. *Medikora*, 21(2), 190–201.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. (Cetakan pe). Deepublish.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 55.  
<https://media.neliti.com/media/publications/96569-ID-identifikasi-kepuasan->

konsumen-ditinjau.pdf

- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>
- Salsabila, N. A., Sudibjo, P., & Miftachurochman, Y. (2023). Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Fitness Center Health And Sport Center (Hsc) Uny Terhadap Kepuasan Member Nisrina Aulia Salsabila 1 , Prijo Sudibjo 1 \*, Yulvia Miftachurochmah 2 1. *Majalah Ilmiah Olahraga (MAJORA)*, 29(2), 46–56.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Local Journal)*, 9(2), 114–126.
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen ). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Suryadi, D., Samodra, Y. T. J., & Purnomo, E. (2021). Efektivitas Latihan Weight Training Terhadap Kebugaran Jasmani. *Journal RESPECS*, 3(2), 9–19. <https://doi.org/10.31949/respecs.v3i2.1029>
- Wahyu Dirgantoro, E., & Akbar Fauzan, L. (2021). Sosialisasi Manfaat Kebugaran Jasmani Pada Masa Pandemi Covid 19 Pada Masyarakat Pesisir Desa Tanete Kabupaten Tanah Bumbu. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 211–218. <http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/btj/index>
- Wibowoti, J. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Universitas Palembang*.
- Yuniana, R., & Nasrulloh, A. (2019). Tingkat Kepuasan Members Terhadap Strategi Pemasaran Di Lembah Fitness Centre Universitas Gajah Mada. *Medikora*, 18(1), 40–48. <https://doi.org/10.21831/medikora.v18i1.29195>

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA</b> <b>FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN</b> <small>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: human_fik@uny.ac.id</small>
<hr/>	
Nomor : B/1133/UN34.16/PT.01.04/2024	12 Juli 2024
Lamp. : 1 Bendel Proposal	
Hal : <b>Izin Penelitian</b>	
<b>Yth. : Lembah Fitness Group</b> <b>Jl. Raya Janti, Modalan, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah</b> <b>Istimewa Yogyakarta 55198</b>	
Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:	
Nama	: Yova Aji Kurniawan
NIM	: 20603144018
Program Studi	: Ilmu Keolahragaan - S1
Tujuan	: Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir	: Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah Fitness Group Cabang Janti
Waktu Penelitian	: 15 - 29 Juli 2024
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.	
	
Tembusan : 1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, 2. Mahasiswa yang bersangkutan.	
Dr. Hedi Andjanto Hermawan, S.Pd., M.Or NIP 19770218 200801 1 002	

## Lampiran 2. Surat Izin Uji Instrumen Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN**

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 : B/544/UN34.16/LT/2024  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

12 Juli 2024

Yth . **Dr. Fatkurahman Arjuna, S.Or.,M.Or.**  
**Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or.**  
**Dr. Sulistiyono, S.Pd., M.Pd.**  
**Jl. Colombo No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta**

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

Nama : Yova Aji Kurniawan  
NIM : 20603144018  
Program Studi : Ilmu Keolahragaan - S1  
Judul Tugas Akhir : Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah Fitness Cabang Janti  
Waktu Uji Instrumen : 12 - 16 Juli 2024

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


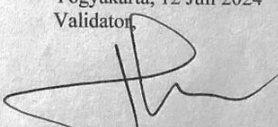
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :



1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

### Lampiran 3. Surat Keterangan Validasi 1


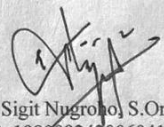
	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN</b> <small>Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092 Laman: fikk.uny.ac.id Email: humas_fikk@uny.ac.id</small>
<b>SURAT KETERANGAN VALIDASI</b>	
Yang bertanda tangan dibawah ini:	
Nama	: Dr. Sulistiyono, S.Pd., M. Pd.
Jabatan/Pekerjaan	: Lektor Kepala/ Dosen
Instansi Asal	: Universitas Negeri Yogyakarta
Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:	
<b>Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh <i>Manajemen Lembah Fitness Group Cabang Janti</i></b>	
dari mahasiswa:	
Nama	: Yova Aji Kurniawan
NIM	: 20603144018
Prodi	: Ilmu Keolahragaan
(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">- Pangkas butir pertanyaan karena terlalu banyak</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">- Pertanyaan positif dan negatif diberi nilai 1-4</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">- Setuju diganti dengan valid untuk lembar</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">validasi dosen Ahli.</div>	
Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Yogyakarta, 12 Juli 2024 Validator  Dr. Sulistiyono, S.Pd., M. Pd. NIP. 197612122008121001	



## Lampiran 4. Surat Keterangan Validasi 2

	<p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI <b>UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA</b> <b>FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN</b> Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 513092, 586168 Fax: (0274) 513092 Laman: fikk.uny.ac.id Email: <a href="mailto:humas_fikk@uny.ac.id">humas_fikk@uny.ac.id</a></p>
<hr/> <b>SURAT KETERANGAN VALIDASI</b> <hr/>	
<p>Yang bertanda tangan dibawah ini:</p> <p>Nama : Dr. Fatkurahman Arjuna, S.Or., M. Or.</p> <p>Jabatan/Pekerjaan : Lektor/ Dosen</p> <p>Instansi Asal : Universitas Negeri Yogyakarta</p>	
<p>Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:</p> <p style="text-align: center;"><b>Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang</b> <b>diberikan oleh Manajemen Lembah Fitness Group Cabang Janti</b></p> <p>dari mahasiswa:</p> <p>Nama : Yova Aji Kurniawan</p> <p>NIM : 20603144018</p> <p>Prodi : Ilmu Keolahragaan</p>	
<p>(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>① Sumber kepuasan pelanggan dari siapa?</li><li>② Untuk indikator <u>Valid</u> kenapa tidak setiap berikan alasan?</li><li>③ Banyak kata typo atau salah penulisan gunakan kata baku?</li><li>④ Untuk kesimpulan nanti seperti apa? karena ada 12 indikator mulai dari <u>Complain sampai Ungkuran</u>?</li></ol>	
<p>Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.</p> <p style="text-align: right;">Yogyakarta, 12 Juli 2024 Validator,  Dr. Fatkurahman Arjuna, S.Or., M. Or. NIP. 198303132010121005</p>	

## Lampiran 5. Surat Keterangan Validasi 3

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN</b> <small>Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092 Laman: <a href="http://fikk.uny.ac.id">fikk.uny.ac.id</a> Email: <a href="mailto:humas_fikk@uny.ac.id">humas_fikk@uny.ac.id</a></small>
<b>SURAT KETERANGAN VALIDASI</b>	
Yang bertanda tangan dibawah ini:	
Nama	: Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M. Or.
Jabatan/Pekerjaan	: Lektor Kepala/ Dosen
Instansi Asal	: Universitas Negeri Yogyakarta
Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:	
<b>Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah Fitness Group Cabang Janti</b>	
dari mahasiswa:	
Nama	: Yova Aji Kurniawan
NIM	: 20603144018
Prodi	: Ilmu Keolahragaan
(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:	
<p>1. format paper hindari foto &amp; sak 2. konsep penelitian &amp; sumbernya dengan indikator dan faktor 3. Tambahkan indikator pada faktor keses, disabilitas, low lites dll.</p>	
Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Yogyakarta, 12 Juli 2024 Validator,  Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M. Or. NIP. 198009242006041001	

Lampiran 6. Kisi-Kisi *Instrumen* Penelitian

**Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskriptor</b>	<b>Butir item</b>
<b>Kualitas Pelayanan (Sinollah &amp; Masruro, 2019)</b>	<i>Tangibility (Bukti Fisik)</i>	e. Penampilan karyawan f. Alat dan fasilitas	1,2,3
	<i>Reliability (Keandalan)</i>	c. Kesesuaian pelayanan d. ketepatan waktu	4,5,6
	<i>Responsive (Daya tanggap)</i>	b. Respon terhadap saran dan kritik	7,8,9
	<i>Assurance (Jaminan)</i>	b. Jaminan pelayanan dan keselamatan	10,11,12
	<i>Empathy (Empati)</i>	c. Perhatian penyedia jasa d. Memahami kebutuhan pelanggan	13,14,15
<b>Lokasi Afrianti &amp; Zulkifli, (2017)</b>	Akses	b. Kemudahan lokasi untuk dijangkau	16,17
	Visibilitas	c. Lokasi mudah ditemukan d. Lokasi mudah dikenal	18,19
	Lalu lintas	c. Banyak dilintasi orang d. Tersedia petunjuk	20,21
	Tempat Parkir	b. Ketersediaan lahan parkir	22,23
	Ekspansi	b. Kemungkinan menambah fasilitas dan sarana	24,25
	Lingkungan	b. Kedekatan dengan fasilitas umum	26,27

## Lampiran 7. Angket Uji Coba Instrumen

### KUSIONER UJI COBA INSTRUMEN

#### Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti

#### IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan  
 Umur : ☐ < 18 th ☐ 18 – 23 th ☐ 24-29 th ☐ >30 th  
 Pekerjaan : ☐ Mahasiswa ☐ Pelajar ☐ Wiraswasta ☐ Lain-lain

#### PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada pilihan pernyataan yang sudah saudara anggap paling sesuai dengan harapan dan kenyataan yang saudara rasakan terhadap kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan

Harapan	Kenyataan	Skor
STP = Sangat Tidak Penting	STP = Sangat Tidak Puas	1
TP = Tidak Penting	TP = Tidak Puas	2
P = Penting	P = Puas	3
SP = Sangat Penting	SP = Sangat Puas	4

No.	Pernyataan	Harapan Saya				Kenyataan yang terjadi			
		STP	TP	P	SP	STP	TP	P	SP
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pihak karyawan Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berpenampilan bersih dan rapi								
2.	Ruang latihan cukup baik kebersihannya								
3.	Pihak manajemen professional dalam melayani pelanggan								
4.	Pihak manajemen mengetahui semua fasilitas yang disediakan di Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti								
5.	Pihak manajemen memiliki komunikasi yang baik kepada pelanggan								
6.	Pihak manajemen memberikan referensi program dan <i>personal trainer</i>								

7.	Pihak Manajemen cepat dan tanggap menjawab pertanyaan dari pelanggan								
8.	Jika ada keluhan pelanggan, pihak manajemen bersikap peduli								
9.	Pihak manajemen membagikan informasi yang akurat kepada pelanggan								
10.	Pihak manajemen memberikan potongan saat pelanggan merasakan kurang puas terhadap pelayanan								
11.	Ketika terjadi cedera akibat latihan, pihak Manajemen bertanggung jawab untuk menolong pelanggan								
12.	Pihak manajemen melakukan monitoring perkembangan pelanggan setelah berlatih								
13.	Pihak manajemen menanyakan pelanggan saat terlihat tidak baik-baik saja								
14.	Pihak manajemen menyimpan barang pelanggan yang ketinggalan								
15.	Pihak manajemen mengingatkan jadwal latihan pada pelanggan								
16.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah dijangkau transportasi umum								
17.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdaftar di aplikasi ojek <i>online</i>								
18.	Lokasi Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah ditemukan pelanggan baru								
19.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti ada di <i>google maps</i>								
20.	Akses menuju Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti lancar								
21.	Terdapat papan petunjuk Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti								
22.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memiliki lahan parkir yang cukup luas								
23.	Area parkir Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdapat penyimpanan helm								
24.	Ruang Ganti Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mungkin untuk ditambah lebih banyak								
25.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memungkinkan untuk ditambah peralatan <i>gym</i>								
26.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berdekatan dengan pusat keramaian								
27.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti dekat dari tempat kesehatan seperti rumah sakit								

Lampiran 8. Data Uji Coba Instrumen Kualitas Pelayanan-Harapan

Responden	Pernyataan Nomor														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4
2.	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3
3.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
5.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
6.	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4
7.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3
8.	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
9.	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4
10.	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4
11.	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
12.	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3
13.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
14.	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3
15.	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4
16.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
18.	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3
19.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
20.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2

Lampiran 9. Data Uji Coba Instrumen Kualitas Pelayanan- Kenyataan

Responden	Pernyataan Nomor														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	2	4	3	4
2.	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3
3.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	4	4	4	3
5.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
6.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4
7.	3	3	3	4	3	3	3	1	4	3	4	4	4	3	3
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
9.	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	4	3	4	4
10.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4
11.	3	4	2	3	3	3	3	1	4	3	4	4	3	3	3
12.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
13.	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3
14.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3
15.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	4	4	4	4
16.	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4
17.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
18.	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3
19.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
20.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2

Lampiran 10. Data Uji Coba Instrumen Lokasi- Harapan

Responden	Pernyataan Nomor											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	2
2.	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3
3.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	4
5.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
6.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
7.	3	3	3	4	3	3	3	1	4	3	4	4
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
9.	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	4
10.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
11.	3	4	2	3	3	3	3	1	4	3	4	4
12.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
13.	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3
14.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3
15.	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	4
16.	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4
17.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
18.	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3
19.	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
20.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3



Lampiran 11. Data Uji Instrumen Lokasi- Kenyataan

Responden	Pernyataan Nomor											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3
2.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
3.	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
4.	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
5.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
7.	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
8.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
9.	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
10.	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3
11.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
13.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
14.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
15.	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
16.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
17.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
18.	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
19.	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2
20.	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3

Lampiran 12. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskriptor</b>	<b>Butir item</b>
<b>Kualitas Pelayanan (Sinollah &amp; Masruro, 2019)</b>	<i>Tangibility (Bukti Fisik)</i>	g. Penampilan karyawan h. Alat dan fasilitas	1,2,3
	<i>Reliability (Keandalan)</i>	e. Kesesuaian pelayanan f. ketepatan waktu	4,5,6
	<i>Responsive (Daya tanggap)</i>	c. Respon terhadap saran dan kritik	7,8
	<i>Assurance (Jaminan)</i>	c. Jaminan pelayanan dan keselamatan	9,10,11
	<i>Empathy (Empati)</i>	e. Perhatian penyedia jasa f. Memahami kebutuhan pelanggan	12,13,14
<b>Lokasi Afrianti &amp; Zulkifli, (2017)</b>	Akses	c. Kemudahan lokasi untuk dijangkau	15,16
	Visibilitas	e. Lokasi mudah ditemukan f. Lokasi mudah dikenal	17,18
	Lalu lintas	e. Banyak dilintasi orang f. Tersedia petunjuk	19. 20
	Tempat Parkir	c. Ketersediaan lahan parkir	21, 22
	Ekspansi	c. Kemungkinan menambah fasilitas dan sarana	23, 24
	Lingkungan	c. Kedekatan dengan fasilitas umum	25, 26

### Lampiran 13. Angket Penelitian

#### KUSIONER PENELITIAN

**Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang diberikan oleh Manajemen Lembah *Fitness Group* Cabang Janti**

#### IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan  
 Umur : ☐ < 18 th ☐ 18 – 23 th ☐ 24-29 th ☐ >30 th  
 Pekerjaan : ☐ Mahasiswa ☐ Pelajar ☐ Wiraswasta ☐ Lain-lain

#### PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada pilihan pernyataan yang sudah saudara anggap paling sesuai dengan harapan dan kenyataan yang saudara rasakan terhadap kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan

Harapan	Kenyataan	Skor
STP = Sangat Tidak Penting	STP = Sangat Tidak Puas	1
TP = Tidak Penting	TP = Tidak Puas	2
P = Penting	P = Puas	3
SP = Sangat Penting	SP = Sangat Puas	4

No.	Pernyataan	Harapan Saya				Kenyataan yang terjadi			
		STP	TP	P	SP	STP	TP	P	SP
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pihak karyawan Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berpenampilan bersih dan rapi								
2.	Ruang latihan cukup baik kebersihannya								
3.	Pihak manajemen professional dalam melayani pelanggan								
4.	Pihak manajemen mengetahui semua fasilitas yang disediakan di Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti								
5.	Pihak manajemen memiliki komunikasi yang baik kepada pelanggan								
6.	Pihak manajemen memberikan referensi program dan <i>personal trainer</i>								

7.	Pihak Manajemen cepat dan tanggap menjawab pertanyaan dari pelanggan								
8.	Pihak manajemen membagikan informasi yang akurat kepada pelanggan								
9.	Pihak manajemen memberikan potongan saat pelanggan merasakan kurang puas terhadap pelayanan								
10.	Ketika terjadi cedera akibat latihan, pihak Manajemen bertanggung jawab untuk menolong pelanggan								
11.	Pihak manajemen melakukan monitoring perkembangan pelanggan setelah berlatih								
12.	Pihak manajemen menanyakan pelanggan saat terlihat tidak baik-baik saja								
13.	Pihak manajemen menyimpan barang pelanggan yang ketinggalan								
14.	Pihak manajemen mengingatkan jadwal latihan pada pelanggan								
15.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah dijangkau transportasi umum								
16.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdaftar di aplikasi ojek <i>online</i>								
17.	Lokasi Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah ditemukan pelanggan baru								
18.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti ada di <i>google maps</i>								
19.	Akses menuju Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti lancar								
20.	Terdapat papan petunjuk Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti								
21.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memiliki lahan parkir yang cukup luas								
22.	Area parkir Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdapat penyimpanan helm								
23.	Ruang Ganti Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mungkin untuk ditambah lebih banyak								
24.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memungkinkan untuk ditambah peralatan <i>gym</i>								
25.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berdekatan dengan pusat keramaian								
26.	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti dekat dari tempat kesehatan seperti rumah sakit								

Lampiran 14. Data Penelitian Kualitas Pelayanan- Harapan

Responden	Pernyataan Nomor													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4
2.	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
3.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
5.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
6.	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
8.	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
9.	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
10.	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
11.	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3
12.	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
13.	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
14.	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
15.	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
18.	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
19.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
20.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
21.	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	2
22.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
25.	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
30.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
33.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
34.	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
35.	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
36.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Responden	Pernyataan Nomor													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
38.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
41.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
42.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
43.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
44.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
45.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47.	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51.	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
52.	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
53.	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
54.	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 15. Data Penelitian Kualitas Pelayanan- Kenyataan

Responden	Pernyataan Nomor													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
2.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
5.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7.	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
8.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
10.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11.	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13.	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
14.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
16.	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
17.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18.	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
19.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
20.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
21.	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2
22.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2
23.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
25.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
26.	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
28.	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
29.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
31.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
33.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
34.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35.	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
36.	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

Responden	Pernyataan Nomor													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
37.	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
38.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
41.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
42.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43.	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
45.	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
46.	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
47.	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
48.	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49.	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51.	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
52.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53.	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
54.	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3



Lampiran 16. Data Penelitian Lokasi-Harapan

Responden	Pernyataan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
2.	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
3.	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
5.	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
6.	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
7.	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3
8.	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
9.	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
10.	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
11.	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
12.	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
13.	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
14.	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
15.	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
16.	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
17.	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
18.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
19.	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
20.	3	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	3
21.	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
22.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
23.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
24.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
25.	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
26.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
27.	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
29.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
30.	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
31.	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3
32.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
33.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
34.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3

Responden	Pernyataan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
35.	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
36.	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
37.	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
38.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
39.	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
40.	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
41.	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
42.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
43.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
44.	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
45.	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
46.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
47.	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
48.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
49.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
50.	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
51.	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
52.	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
53.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
54.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 17. Data Penelitian Lokasi-Kenyataan

Responden	Pernyataan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3
2.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
3.	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
4.	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
5.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
7.	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
8.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
9.	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
10.	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3
11.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
13.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
14.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
15.	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
16.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
17.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
18.	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
19.	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2
20.	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3
21.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
22.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
23.	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
24.	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3
25.	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2
26.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
27.	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
28.	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29.	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
32.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3
33.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3
34.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
35.	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36.	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3

Responden	Pernyataan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
37.	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3
38.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
39.	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	2	2
40.	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2
41.	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	2
42.	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	2
43.	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	2
44.	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1
45.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
46.	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3
47.	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
48.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
49.	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
50.	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3
51.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
52.	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
53.	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
54.	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3

Lampiran 18. Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan

**Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan**

No.	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Rata-rata harapan	Rata-rata kenyataan	IKP*
1	Pihak karyawan Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berpenampilan bersih dan rapi	204	168	3.78	3.11	-0.67
2	Ruang latihan cukup baik kebersihannya	205	170	3.79	3.15	-0.65
3	Pihak manajemen profesional dalam melayani pelanggan	198	163	3.67	3.02	-0.65
4	Pihak manajemen mengetahui semua fasilitas yang disediakan di Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti	201	166	3.72	3.07	-0.65
5	Pihak manajemen memiliki komunikasi yang baik kepada pelanggan	199	165	3.69	3.06	-0.63
6	Pihak manajemen memberikan referensi program dan personal trainer	190	164	3.52	3.04	-0.48
7	Pihak Manajemen cepat dan tanggap menjawab pertanyaan dari pelanggan	202	164	3.74	3.04	-0.70
8	Pihak manajemen membagikan informasi yang akurat kepada pelanggan	201	164	3.72	3.04	-0.69
9	Pihak manajemen memberikan potongan saat pelanggan merasakan kurang puas terhadap	181	159	3.35	2.94	-0.41

	pelayanan					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Harapan</b>	<b>Kenyataan</b>	<b>Rata-rata harapan</b>	<b>Rata-rata harapan</b>	<b>IKP*</b>
<b>10</b>	Ketika terjadi cedera akibat latihan, pihak Manajemen bertanggung jawab untuk menolong pelanggan	199	159	3.69	2.94	-0.74
<b>11</b>	Pihak manajemen melakukan monitoring perkembangan pelanggan setelah berlatih	189	164	3.50	3.04	-0.46
<b>12</b>	Pihak manajemen menanyakan pelanggan saat terlihat tidak baik-baik saja	200	170	3.70	3.15	-0.56
<b>13</b>	Pihak manajemen menyimpan barang pelanggan yang ketinggalan	188	161	3.48	2.98	-0.50
<b>14</b>	Pihak manajemen mengingatkan jadwal latihan pada pelanggan	190	161	3.52	2.98	-0.54

Lampiran 19. Penilaian Pelanggan Terhadap Lokasi

**Penilaian Pelanggan Terhadap Lokasi**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Harapan</b>	<b>Kenyataan</b>	<b>Rata-rata harapan</b>	<b>Rata-rata kenyataan</b>	<b>IKP*</b>
<b>15</b>	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah dijangkau transportasi umum	197	156	7.16	5.67	-1.49
<b>16</b>	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdaftar di aplikasi ojek <i>online</i>	195	155	7.09	5.64	-1.45
<b>17</b>	Lokasi Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mudah ditemukan pelanggan baru	202	168	7.35	6.11	-1.24
<b>18</b>	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti ada di <i>google maps</i>	203	161	7.38	5.85	-1.53
<b>19</b>	Akses menuju Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti lancar	199	167	7.24	6.07	-1.16
<b>20</b>	Terdapat papan petunjuk Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti	196	160	7.13	5.81	-1.31
<b>21</b>	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memiliki lahan parkir yang cukup luas	185	157	6.73	5.71	-1.02

No.	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Rata-rata harapan	Rata-rata kenyataan	IKP*
22	Area parkir Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti terdapat penyimpanan helm	188	149	6.84	5.42	-1.42
23	Ruang Ganti Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti mungkin untuk ditambah lebih banyak	181	160	6.58	5.82	-0.76
24	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti memungkinkan untuk ditambah peralatan gym	196	158	7.13	5.75	-1.38
25	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti berdekatan dengan pusat keramaian	194	181	7.05	6.58	-0.47
26	Lembah <i>Fitness Group</i> Cabang Janti dekat dari tempat kesehatan seperti rumah sakit	183	148	6.65	5.38	-1.23



Lampiran 20. Data Statistik Responden

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	61.1	61.1	61.1
	Perempuan	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 tahun	4	7.4	7.4	7.4
	18-23 tahun	23	42.6	42.6	50.0
	24-29 tahun	14	25.9	25.9	75.9
	> 30 tahun	13	24.1	24.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	4	7.4	7.4	7.4
	Mahasiswa	26	48.1	48.1	55.6
	Wiraswasta	12	22.2	22.2	77.8
	Lain-lain	12	22.2	22.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

## Lampiran 21. Dokumentasi

