

**ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA TEMPAT KEBUGARAN
(Studi Pada D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta)**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
DION EKY ISWANTORO
2000 041 0244**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA TEMPAT KEBUGARAN
(Studi Pada D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**

Oleh :

DION EKY ISWANTORO

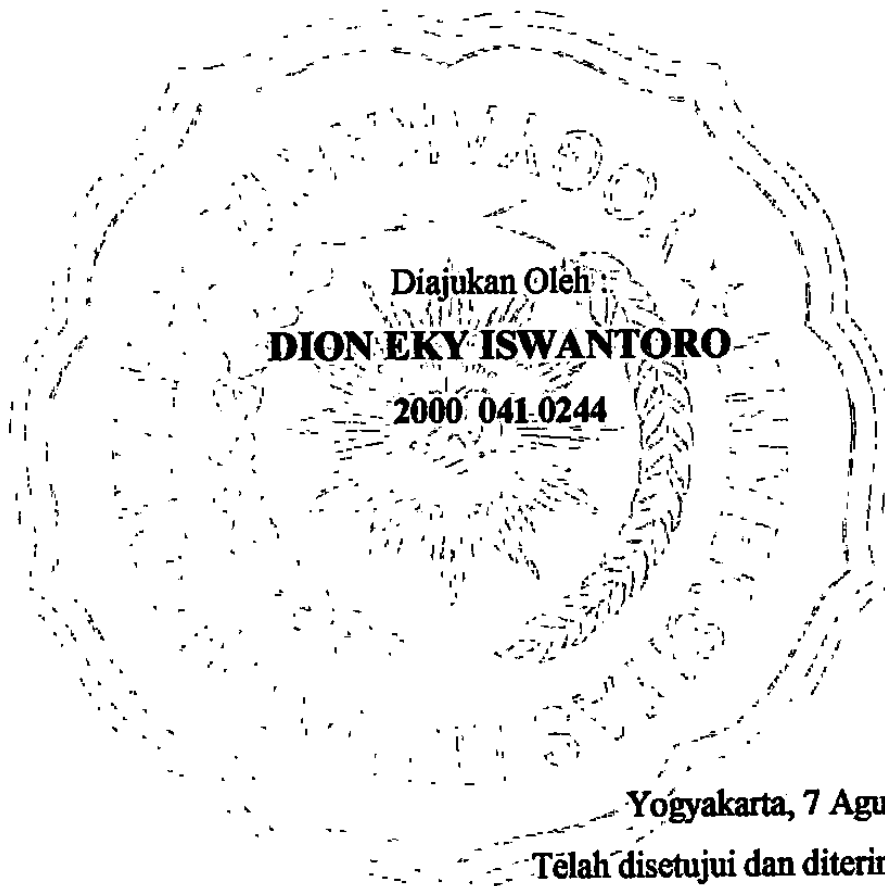
2000 041 0244

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA TEMPAT KEBUGARAN
(Studi Pada D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta)**



Yogyakarta, 7 Agustus 2007

Telah disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

D. Andipradina M.Si

SKRIPSI
ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA TEMPAT KEBUGARAN
(Studi Pada D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta)

Diajukan oleh

DION EKY ISWANTORO

2000 041 0244

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 27 September 2007
Yang terdiri dari

Asnawi Asdinarti, Drs., M.Si
Ketua Tim Penguji


Tri Maryati Dra. MM


Heru Kurnianto Tjahjono, SE., MM
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : DION EKY ISWANTORO

Nomor Mahasiswa : 2000 041 0244

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TEMPAT KEBUGARAN (Studi Pada D'MUSCLE Fitness Centre Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak memandang kepada harta bendamu tetapi Dia memandang kepada hatimu dan amal perbuatanmu

(Al hadits)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sesungguhnya urusan yang lain.

(QS. Alin Syirah 6-7)

Ingatlah hanya dengan Allah hati menjadi tentram

(Al Zumar : 10)

Barang siapa menjalankan suatu jalan menuntut ilmu maka dianugerahkan Allah SWT kepada-Nya ke Surga.

(Al Hadits)

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang

... ..

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsiku ini kepada :

- Allah SWT, yang hanya dengan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Bapak dan Ibuku tercinta, yang selalu mendo'akan dalam setiap sujud yang memperjuangkan semoga untukku, mengukir jiwa ragaku dengan kasih sayang dan cinta yang tulus.
- Saudara-saudaraku yang telah mebantu penulis baik materiil maupun sprituil.
- Sahabatku seperjuangan yang selalu memberi semangat.
- Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuannya baik

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antar tipe kelompok referensi dalam pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Menganalisis apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap *D'MUSCLE Fitnes Centre* dilihat dari aspek: biaya, fasilitas, kualitas dan pelayanan. Menganalisis apakah ada perbedaan sikap didasarkan dari tipe kelompok referensi. Menganalisis bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*.

Populasinya penelitian ini adalah konsumen *D'MUSCLE Fitnes Centre* Yogyakarta, sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen *D'MUSCLE Fitnes Centre* Yogyakarta, dengan metode pengambilan sampel *Purposive Sampling* yaitu sampel yang diambil dengan kriteria: orang yang menjadi anggota atau *member* pada *D'MUSCLE Fitnes Centre*, selama 3 bulan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan alat analisis Uji one way anova, Chi Square, Fishbein Attitude Model dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rata-rata kelompok referensi, kelompok informational mempunyai kecenderungan setuju, kelompok value-expressive mempunyai kecenderungan setuju dan kelompok utilitarian mempunyai kecenderungan setuju. Sikap konsumen *D'MUSCLE Fitnes Centre* tidak memberatkan salah satu atribut tetapi mempunyai sikap yang seimbang dari ketiga atribut biaya, fasilitas, kualitas dan pelayanan. Tidak ada perbedaan tipe kelompok referensi informational dalam proses pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Center*. Ada perbedaan yang signifikan antara tipe referensi value expressive dalam proses pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Tidak ada perbedaan signifikan tipe referensi utilitarian dalam proses pembelian jasa tempat kebugaran di *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan dalam perbedaan antar tipe kelompok referensi informational di *D'MUSCLE Fitnes Center*. Ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan dalam perbedaan antar tipe kelompok referensi value expressive di *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan dalam perbedaan antar tipe kelompok referensi utilitarian di *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Tipe kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap proses pembelian jasa *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap proses pembelian jasa *D'MUSCLE Fitnes Centre*. Dan secara serentak juga tipe kelompok referensi dan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaiku Wr.Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TEMPAT KEBUGARAN (Studi Pada D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta)”**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah, Jurusan Manajemen di Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari petunjuk, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Asnawi Asdinardju M.Si, selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan dan arahan berharganya, mulai dari penulisan skripsi hingga detik terakhir kelulusan saya.
2. Bapak Misbachul Anwar, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan pada penulis.
3. Bapak dan ibu tercinta, yang telah berbuat terbaik untuk kesuksesanku, yang selalu mendoakan penulis, sehingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu D'MUSCLE Fitnes Centre Yogyakarta yang telah memberikan ijin

serta data yang dapat membantu dalam mengadakan penelitian.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bimbingan dan pelayanan dengan baik kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta..
6. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga segala amalan baik tersebut mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Mudah-mudahan karya yang sederhana ini dapat membantu dan bermanfaat bagi penulis dan orang lain.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta,.....Agustus 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6
B. Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Hipotesis	34
D. Metodologi	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subyek Penelitian.....	36
B. Jenis Data	36
C. Teknik Pengambilan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
F. Alat Ukur Variabel Penelitian	40
G. Uji Kualitas Data.....	41
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data	42

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum DM Fitnes Cetre.....	49
B. Analisis Diskriptif	50
C. Uji Kevalidan Instrumen.....	54
D. Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis	59
E. Pembahasan	76

BAB V SIMPULAN, DAN SARAN

A. Simpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Usia Responden	51
Tabel 4.2. Tingkat Pendidikan Responden	52
Tabel 4.3. Tingkat Pendapatan Responden	53
Tabel 4.4. Jenis Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.5. Uji Validitas Instrumen Variabel Keyakinan.....	56
Tabel 4.6. Uji Validitas Instrumen Variabel Evaluasi	56
Tabel 4.7. Uji Validitas Instrumen Referensi Informal	56
Tabel 4.8. Uji Validitas Instrumen Referensi Value-Expressve	57
Tabel 4.9. Uji Validitas Instrumen Referensi Utilitarian	57
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.11. Kelompok Informational.....	59
Tabel 4.12. Kelompok Value Expressive.....	60
Tabel 4.13. Kelompok Utilitarian	61
Tabel 4.14. Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Jasa DM Fitnes Cetre.....	64
Tabel 4.15. Tingkat Kepercayaan Rata-rata Terhadap Jasa DM Fitnes Cetre.....	66
Tabel 4.16. Tingkat Evaluasi Responden Terhadap Jasa DM Fitnes Cetre.....	67
Tabel 4.17. Tingkat Evaluasi Rata-rata Terhadap Jasa DM Fitnes Cetre.....	69
Tabel 4.18. Indeks Sikap Konsumen Terhadap Jasa DM Fitnes Cetre.....	70
Tabel 4.19. Rekapitulasi Hasil Uji Anova Berdasarkan Tipe Kelompok Referensi Informational, Value-Expressive dan Utilitarian.....	71
Tabel 4.20. Rekapitulasi Hasil Uji Chi Square (X^2) berdasarkan Sikap Terhadap Tipe kelompok Referensi	72
Tabel 4.21. Hasil Pengukuran Analisis Regresi Berganda	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Hubungan antara Komponen dalam Model Fisbein.....	25
Gambar 2.2 Tipe Pengaruh Kelompok Referensi dan Sikap Konsumen yang Mempengaruhi konsumen dalam Pembelian jasa tempat Kebudayaan	25