

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