

PERILAKU KONSUMEN FITNESS CENTER DI KOTA SURABAYA

Evan Setiawan

Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Surabaya
vanz_lv@gmail.com

Abstrak

Dewasa ini menjaga kesehatan merupakan hal yang semakin penting. Salah satu cara untuk menjaga kesehatan adalah dengan berolahraga. Pusat kebugaran menyediakan berbagai macam jasa kebugaran sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat karena masyarakat tinggal memilih jenis olahraga yang sesuai atau yang diinginkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk *menggambarkan* perilaku konsumen *fitness center* dalam membuat keputusan menggunakan *fitness center* yang berlokasi di kota Surabaya

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Pusat Kebugaran, Pemasaran

Abstract

Today maintaining health is really important. One way to maintain health is through exercise. The fitness center provides a wide range of fitness services that provide convenience to the community because people just choose the type of exercise that is appropriate or desirable. The purpose of this study was to describe the behavior of consumers of fitness centers in making the decision to use the fitness center located in the city of Surabaya

Keywords: Consumer Behavior, Fitness Center, Marketing

PENDAHULUAN

Gaya hidup merupakan salah satu tema bisnis yang sangat menarik untuk diamati dan sangat berkembang pesat saat ini. Hal ini tak terkecuali pada perubahan gaya hidup yang fokus pada kesehatan. Secara spesifik, aktivitas olahraga di kota-kota besar tak lagi dipandang sebagai kebutuhan untuk tetap sehat namun sudah menjadi gaya hidup dan hal ini disadari oleh setiap pebisnis untuk segera memutar langkah bisnis nya.

Walaupun sudah ada beberapa penelitian tentang segmentasi konsumen fitness center sebelumnya, tetapi sebagian besar menggunakan perilaku pembelian konsumen yaitu faktor pribadi (gaya hidup) yang meliputi Activity, Interest, dan Opinion sebagai dasar segmentasi. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisa segmentasi konsumen berdasarkan gabungan beberapa faktor, yaitu psikografi (variabel-variabel yang mendasari proses pemilihan suatu fitness center/Purchasing, gaya hidup/Life Style dan motivasi/Motive), serta behavioral (keterlibatan/Involvement) dan selanjutnya membagi konsumen ke dalam cluster yang terbentuk sesuai dengan faktor demografi dari profil

konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, dan pengeluaran per bulan).

Selain itu, belum ada penelitian yang mengkaji segmentasi konsumen untuk fitness center di Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola fitness center di Surabaya, untuk merancang strategi yang tepat dan memberikan layanan yang sesuai dengan segmen pasar yang dilayani.

Tujuan penelitian adalah untuk *menggambarkan* perilaku konsumen *fitness center* dalam membuat keputusan menggunakan *fitness center* yang berlokasi di kota Surabaya.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif murni yaitu penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai perilaku konsumen *fitness center* yang berlokasi di kota Surabaya. Menurut Solomon (2009) perilaku konsumen dalam penelitian ini meliputi lima komponen yaitu *consumers in the marketplace, how consumers see the world and themselves, consumers as decision makers, consumers and their social groups, culture and lifestyles*.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dimana data tersebut didapat dari kuesioner dan langsung dianalisis.

Langkah-langkah dalam prosedur pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- (1) menyusun kuesioner sesuai topik yang diteliti
- (2) membagi kuesioner kepada responden yang sesuai karakteristik
- (3) mengumpulkan kuesioner yang diisi kemudian menyeleksi agar dapat mengetahui mana yang layak dan mana yang tidak layak digunakan
- (4) menganalisis data lebih lanjut untuk kepentingan penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Judgmental Sampling, Penyimpulan Hasil Penelitian berupa distribusi frekuensi dan tabulasi silang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

jumlah responden terbanyak berjenis kelamin laki laki dengan jumlah 63 orang dengan tingkat persentase sebesar 63%, dan sisanya wanita dengan jumlah 37 orang dengan tingkat persentase sebesar 37%. Berdasarkan lokasi responden terbanyak berlokasi di Surabaya Timur dengan jumlah 36 orang dengan tingkat persentase sebesar 36%, berdasarkan usia responden terbanyak berumur 16 – 25 tahun sebanyak 58 orang dengan tingkat persentase

sebesar 58%. responden terbanyak memiliki mobil yaitu sebanyak 73 orang dengan tingkat persentase sebesar 73%. Berdasarkan profesi responden terbanyak adalah berprofesi sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 43 dengan tingkat persentase sebesar 43% orang. Berdasarkan status responden terbanyak adalah berstatus belum menikah yaitu sebanyak 64 orang dengan tingkat persentase sebesar 64%.

Berdasarkan keanggotaan responden terbanyak adalah sebagai anggota *Fitness* di Surabaya yaitu sebanyak 92 orang dengan tingkat persentase sebesar 92%. Alasan responden berhenti mengikuti fitness center terbanyak karena faktor tidak ada waktu dengan jumlah responden sebanyak 3 orang dengan tingkat persentase sebesar 37,5%. responden terbanyak adalah mengikuti pusat kebugaran dengan tujuan meningkatkan kesehatan sebesar sebesar 36 orang dengan tingkat persentase sebesar 36%. responden terbanyak memilih faktor fasilitas sebagai faktor utama dalam memilih pusat kebugaran yaitu sebesar 37 orang dengan tingkat persentase sebesar 37%.

Kemudian faktor teman dan keluarga dipilih responden sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 10%. responden terbanyak memilih cara pembayaran abonemen yaitu sebesar 94 orang dengan tingkat persentase sebesar 94%. responden terbanyak memilih biaya iuran per bulan sebesar Rp 150.000 – Rp 250.000 yaitu sebesar 42 orang dengan tingkat persentase sebesar 42%. jumlah responden terbanyak memilih lingkungan yang santai yaitu sebesar 67 orang dengan tingkat persentase sebesar 67%. responden terbanyak tidak pernah menjumpai *Fitness Center* yang menakutkan yaitu sebanyak 76 orang dengan tingkat persentase sebesar 76%. responden terbanyak memilih *personal trainer* untuk membantu dalam menggunakan alat dan saran lain lebih privasi masing-masing yaitu sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase sebesar 8%. responden terbanyak berkunjung ke *Fitness Center* sebanyak 1-3 kali dalam seminggu yaitu sebanyak 45 orang dengan tingkat persentase sebesar 45%. responden terbanyak waktu berkunjung ke *fitness center* pada waktu setelah bekerja / malam yaitu 44 orang dengan tingkat persentase sebesar 44%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Gambaran Perilaku Konsumen Fitness Center di kota Surabaya mayoritas anggota fitness center adalah laki-laki dan remaja yang berusia diantara 16 – 25 tahun, secara geografis anggota fitness center paling banyak bertempat tinggal di Surabaya Timur, anggota fitness center paling banyak masih berprofesi sebagai mahasiswa, anggota fitness center mayoritas mengendarai mobil pribadi, tempat fitness terbanyak dipilih pengunjung adalah Atlas Sport Center dan Java Fitness Narita.

Fasilitas menjadi faktor utama konsumen dalam pemilihan Fitness Center, tidak ada waktu menjadi alasan utama konsumen berhenti mengikuti Fitness Center, tujuan utama konsumen adalah untuk meningkatkan kesehatan, Abonemen wajar menurut konsumen berkisar seratus lima puluh ribu sampai dua ratus ribu, mayoritas konsumen tidak pernah menjumpai tempat fitness yang menakutkan, memakai jasa personal trainer dan saran lain yang lebih privasi menjadi solusi yang paling banyak dipilih untuk mengurangi rasa takut konsumen, lingkungan yang santai menjadi pilihan terbanyak konsumen, waktu latihan terbanyak dipilih oleh konsumen adalah di malam hari setelah bekerja.

Rekomendasi peneliti adalah menambah jumlah personal trainer yang berkompeten, Memberi sekat pemisah ruangan antara laki – laki dan perempuan, Menambah program latihan khusus untuk perempuan, Pihak fitness center harus peka dan kritis dalam menanggapi kritikan dan masukan dari konsumen fitness center, Memperbanyak promo sebagai solusi ketidak puasan konsumen terhadap harga fitness center yang naik tiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelo, Rocco M dan Andrew N. Vladimir, 1996, *Hospitality Today An Introduction*, Educational Institute, Michigan
- Engel, J.F dan Blackwell, R.D., Miniard, P.W, 1995. *Consumer Behavior*, 8th edition, The Dryden Press, New Jersey
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, 2012, *Marketing Management*, 14th edition, Perason Education, Essex.
- Kottler, Philip dan Keller, KL, 2006, *Marketing Management* 12e, International Edition, Upper Saddle River.
- Loudon, D.L dan Bitta, Della, 1993. *Consumer Behavior concepts and Applications*, 4th edition, McGraw-Hill, New York
- Schiffman, Leon, G dan Leslie Lazar Kanuk, 2004, *Consumer Behavior*, 8th edition, Pretince-Hall, New Jersey.
- Schiffman, Leon, G dan Leslie Lazar Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, 7th edition, Pretince-Hall, New Jersey
- Solomon, R.M. 2011. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*, 9th edition, Pearson Education, Upper Saddle River

Solomon, R.M. 2009. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*, 8th edition, Pearson Education, Upper Saddle River

Swarbrooke, John dan Susan Horner, 2007, *Consumer Behavior in Tourism*, 2th edition, Butterworth-Heineman, Amsterdam.

Tjiptono, Fandy., 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Malang.

Zhang, Wen and Li, Yuhong. 2013. *A Study on Consumer Behavior of Commercial Health and Fitness Club A Case of Consumers in Liverpool*, Jिंगgangshang University, Ji'an, China.

<http://health.kompas.com/read/2014/03/18/1907476/Tubuh.Bugar.Aktif.Bergerak.Makin.Jadi.Kebutuhan/> Diunduh pada 5 – 3 – 2015

<http://www.lensaindonesia.com/2012/04/15/arena-ring-boxer-golds-gym-surabaya-jadi-pilihan-baru-berfitness.html/> Diunduh pada 12 – 3 – 2015

<http://duniafitnes.com/training/10-fakta-terbaik-seputar-fitness-manfaatnya.html/> Diunduh pada 9 – 3 – 2015

<http://majalahscg.com/detail/18/suroboyoan/Bugar-a-la-Gym-Surabaya/> Diunduh pada 20 – 3 – 2015

<http://jurnal.psikologi.ugm.ac.id/index.php/fpsi/article/view/140/131> Diunduh pada 3 - 4 – 2015

<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3144/Bab%202.pdf?sequence=7> Diunduh pada 5 – 4 – 2015

<http://digilib.ump.ac.id/files/disk1/10/jhptump-a-arisprian-465-2-babii.pdf> Diunduh pada 5 – 4 – 2015

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/21/jbptunikompp-gdl-s1-2005-airubaiahn-1012-BAB_I_AI-U.DOC Diunduh pada 6 – 4 – 2015

<http://lifestyle.liputan6.com/read/2147139/promosikan-gaya-hidup-sehat-asian-food-channel-bikin-on-the-go> Diunduh pada 6 – 4 – 2015

<http://radiodfm.com/bbs/2015/5/5/fenomena-diet-katering> Diunduh pada 6 – 4 – 2015

<http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/11/2014/1168/Fenomena-Olahraga-30-Menit> Diunduh pada 6 – 4 – 2015