

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen memilih Rhinos Fitness Club Pamulang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesimpulan Umum

a. Variabel Promosi (X1)

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan dari jumlah sampel sebanyak 120 responden yang disebarkan oleh penulis, telah menyatakan dan menemukan bahwa pengaruh promosi yang muncul sangat kuat dan memiliki hasil saling signifikan serta hubungan positif dengan keputusan konsumen.

b. Lokasi (X2)

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan dari jumlah sampel sebanyak 120 responden yang disebarkan oleh penulis, telah menyatakan dan menemukan bahwa pengaruh lokasi yang muncul

sedang dan memiliki hasil saling signifikan serta hubungan positif dengan keputusan konsumen.

c. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan dari jumlah sampel sebanyak 120 responden yang disebarkan oleh penulis, telah menyatakan dan menemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang muncul sedang dan memiliki hasil saling signifikan serta hubungan positif dengan keputusan konsumen.

d. Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan dari jumlah sampel sebanyak 120 responden yang disebarkan oleh penulis, telah menyatakan dan menemukan bahwa pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan yang muncul memiliki hasil saling signifikan serta hubungan positif dengan keputusan konsumen.

2. Kesimpulan Khusus

- a. Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,736 atau 73,6%, yang berarti pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Konsumen yaitu 73,6%. Sedangkan untuk sisanya yang dimana

sebesar 26,4% dijelaskan oleh variabel ataupun faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam analisis regresi ini.

- b. Nilai signifikansi Promosi (X_1) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai nilai pearson 0,744 menunjukkan hubungan antara variabel Promosi terhadap Keputusan Konsumen adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif.
- c. Nilai signifikan Lokasi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai pearson 0,506 menunjukkan hubungan antara variabel Lokasi terhadap Keputusan Konsumen adalah sedang dan memiliki hubungan yang positif.
- d. Nilai signifikan Kualitas Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai pearson 0,835 menunjukkan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif.
- e. Pengaruh Promosi (X_1) terhadap keputusan konsumen, dimana nilai $t_{hitung} 12.081 > t_{tabel} 1.98045$ dan sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.
- f. Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap keputusan konsumen, dimana $t_{hitung} 6.379 > t_{tabel} 1.98045$ dan sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya

lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

g. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap keputusan konsumen, dimana t_{hitung} $16,476 > t_{tabel}$ 1.98045 dan sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

h. Diketahui nilai F_{hitung} sebesar 111.620 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $111.620 > 2.68$, dengan nilai signifikan sebesar 0.00 dimana nilai $0.00 < 0.05$ sehingga dapat diasumsikan setiap variabel bebas yang terdiri dari Promosi (X1), Lokasi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh secara bersamaan (simultan) dan berdampak signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Saran Untuk Perusahaan

Diharapkan Rhinos Fitness Club Pamulang dapat memperhatikan promosi yang diberikan bagi calon konsumen maupun konsumen yang sudah menetap agar lebih lagi menarik minat konsumen dalam

mempertahankan memilih rhinos dalam jangka panjang, serta diharapkan juga Rhinos *Fitness Club* Pamulang dapat memperhatikan kondisi dalam aera lokasi yang tersedia dari sirkulasi udara agar konsumen dapat mendapatkan kualitas udara yang lebih baik dan tidak pengap saat berlatih. Bagian lahan parkir di lokasi tersebut juga harus diperhatikan agar membuat konsumen merasa nyaman dan aman saat parkir kendaraannya. Walau sudah mendapatkan respon yang cukup baik, diharapkan Rhinos *Fitness Club* meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempertahankan sikap dalam melayani konsumen blama maupun baru. Kualitas alat-alat yang tersedia juga lebih diperhatikan lagi agar mendapatkan dampak positif untuk penilaian secara lisan maupun di sosial media yang tersedia. Diharapkan Rhinos Fitness juga bisa menambahkan kotak saran agar mempermudah konsumen dalam memberikan *feedback*.

2. Saran Untuk Pengembangan Ilmu

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk menggali lebih banyak sumber dan referensi terkait promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. Pengaruh Stres Kerja, Lingkungan Kerja, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen. *Jurnal Jurusan Manajemen Bisnis*. 2021, hal 231.
- Afidatur Ro'azah. Manajemen Pemasaran. *Bab II Kajian Pustaka 2.1, 12*, 2021 hal. 6–25.
- Agatha, Claudia Cindy. -Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa *Freight Forwarding* pada PT. Mitra Selaras *Transportindo* Buddhi Dharma Tangerang, 2018.
- Alberto, Kevin. -Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa*, 4(4), 2021, hal. 634–644.
- Riyanto, Andi. -Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount terhadap Kepuasan Pelanggan. 2018, hal. 10–27.
- Aprianti, Erlina N. Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Alat Tulis Putra Kembar. *MDP Student Conference (MSC)*. 2022, hal. 254–260.
- Bawamenewi, F. H. Pengaruh Biaya Sewa, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Pusat Komersil Kbn di Jakarta Utara. *Bab II Kajian Pustaka 2.1, 12(2004)*, 2022, hal. 6–25.
- Bulkia, S. -Kepuasan Mahasiswa, Sri Bulkia Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin Perguruan tinggi swasta menghadapi fenomena meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kebutuhan pendidikan. 2018, hal. 49–58.
- Dadang dan Purnamasari, H. Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang Konsentrasi. 2020, hal. 43–50.
- Dr. Hutahaean W.S., Pangesti N., dan Ahlimedia. Dasar Manajemen, 2018.
- Erinawati F, Syafarudin A. -Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan, *Jurnal Ilmiah*. 2021, hal. 130–146.
- Fahmeyzan D., Soraya S., dan Etny D. -Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*. 2018, hal. 31–36.

- Fitria S. E., dan Ariva V.F. -Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan dan Kemampuan Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha bagi Pengusaha Pindang di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Manajemen Indonesia*. 2018, hal. 197–208.
- Hikmawan S.S. Peningkatan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis dan Minat Belajar Matematika Siswa SMA Melalui *Project-Based Learning Model* dengan Pendekatan *Steam (PjBL-STEAM)*. 2022, hal. 32–48.
- Afriyana Amelia Nuryadin SKM., Mujiburrohan M.P. Dasar-dasar Manajemen Tahta Media Group, 2022.
- Iwan M.I.R. Penelitian Manajemen, *Jurnal Ilmiah*. 2019, hal. 1-23
- John Budiman Bancin, S.Pd., M., A. Rofiq *Sub-Variabel* keputusan konsumen, *Jurnal Bisnis*, 2021.
- Koessiantara, David. Penerapan Komunikasi *Visual Cv. Olympic Sari Rasa* melalui Akun Instagram Menggunakan Teori *Visual Branding Marty Neumeier*, 2021.
- Leal, R. de A., dan oreira, M.R.P. -Metodologi Penelitian Manajemen Pemasaram. 2023, hal. 36–49.
- Limbing W. Pengaruh Kenyamanan dalam sebuah Lokasi. 2020, hal. 1–23.
- Lubis N., dan Hidayat R. -Pengaruh promosi dan harga terhadap Keputusan Konsumen memilih jasa pengiriman. *Jurnal Management and Business*. 2021, hal. 29–39.
- Malau, Hakim. Pengaruh Religius, Promosi dan Pelayanan dalam Pengambilan Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju. 2021, hal. 1–23.
- Marpaung B., dan Mekaniwati A. -Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi di Pt. Karya Mitra Usaha). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2020, hal. 29–38.
- Meilda Y., Hamdani I., dan Triwoelandari R. -Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 2022, hal. 274–290.
- Nanincova, N. -Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. 2019, hal. 1–5.

- Ningrum, D. P. -Bauran Pemasaran pada Bisnis *Chockles* Es Cokelat di Kota Yogyakarta. *Jurnal Publikasi Media Dan Cinema*. 2020, hal. 1–13.
- Njoto D.P., dan Sienatra, K.B. -Pengaruh *advertising, sales promotion, dan personal selling* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. 2019, hal. 9–25.
- Noerhamzah M.A., Widarko A., dan Asiyah S. -Pengaruh Lokasi, Harga, Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*. 2021, hal. 82–94.
- Nuriefandi, A. -Pengaruh Karakteristik Generasi Y terhadap Loyalitas Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Tasikmalaya. *Progress in Retinal and Eye Research*, 2019.
- Olivia J., dan Nurfebiaraning S. -Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” terhadap tanggapan Afektif. *Jurnal Lontar*. 2019, hal. 16–24.
- Padilah T. N., dan Adam, R.I. -Analisis Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*. 2019, hal. 117.
- Piter, T. (2018). -*Effect Of Quality Of Service To Customer Loyalty* PT . Primagum Sejati *In Makassar Piter Tiong*. 2018, hal. 176–204.
- Pradela I., Aprianto R., Suyadi S., dan Idayati I. Marketing Mix terhadap Volume Penjualan pada PT. Raihan Maju Mandiri dengan Loyalitas Karyawan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*. 2022, hal. 39–47.
- Purba, Yeni Marchna Sari. -Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia, 2021.
- Putri, Devita Christy dan Sunaryanto L.T. -Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampong Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 2020, hal. 579.
- Rizal, A. *Manajemen Pemasaran* (2020).

- Ruhamak M.D., dan Syai'dah E.H. -Pengaruh *Word Of Mouth*, Minat Konsumen dan *Brand Image* terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. 2018, hal. 14.
- Saputra, Slim Dharma. (2023). -Pengaruh Citra Merek, PROMOSI, dan Inovasi Teknologi Pemesanan terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk *Mcdonald's* di Wilayah Jabodetabek Buddhi Dharma Tangerang, 2023.
- Sari S., dan Anggadha Ratno F. -Analisis Utang Luar Negeri, Sukuk, Inflasi dan Tingkat Suku Bunga terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*. 2020, hal. 91–100.
- Sholihat, A. -Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2018, hal. 1–15.
- Sirait L.P., dan Afrindo. -Metode Penelitian. *Repository Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 45. 2021.
- Sjawal B.P., Mananeke L., dan Jorie R.J. -Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen *Blen.Co Café* Manado) *Jurnal EMBA*, 2021, hal. 379–388.
- Sudarsono, H. Buku Ajar Manajemen Pemasaran. CV. PUSTAKA ABADI, 2020.
- Sugiyono. -Metode Penelitian Kuantitatif, Sifat Pengembangan. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 2018, hal. 1689–1699.
- Tania A.E., Hermawan, H., dan Izzuddin A. -Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*. 2022, hal. 75–84.
- Thabroni, G. Bauran Promosi. <https://serupa.id/bauran-promosi-pengertian-penjelasan-unsur-faktor/> (Diakses 2022)
- Thionita V. Tujuan Pemasaran. <https://www.finansialku.com/manajemen-pemasaran/> (Diakses 2019)
- Tingga C.P. -Analisa Bauran Promosi terhadap *Positioning* Produk Stik Tulang Ikan Pada Ukm Al- Al- Ijtihad Kota Kupang Chairul. *Jurnal Agromina*. 2018, hal. 12–26.

- Tjiptono, F. -Bauran Promosi Menurut Para Ahli (Diakses tanggal 5 November 2021).
- Umami R., Rizal, A., dan Sumartik S. -Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu *Coffe Cafe*. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*. 2019, hal. 250.
- Utami Y., Rasmanan M.P., dan Khairunnisa. -Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2023, hal. 21–24.
- Viera Valencia L.F., dan Garcia Giraldo D. Promotion and Location about Digital Marketing. *Journal Angewandte Chemie International Edition*. 2019, hal. 15–50.
- Wenas, Oktavia Winny., dan Repi Bode Lumanaw S. -Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek dan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 2020, hal. 110–119.
- Supriyanto A., dan Widiyanto G. -Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. 2022, hal. 41-55.
- Widiyanto, G., dan Pujiarti, P. -*The Influence of Price, Location, Promotion, and Service on Product Purchase Decision Making During The Covid-19 Pandemic (Case Study on Small and Medium Enterprises (UKM) of Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang City, Banten)*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 2022, hal. 128-141.
- Widiyanto G., dan Wibowo F.P. -*Analysis of the Effect Product Quality, Trustworthiness, Convenience, Perceptions of Usefulness and Price on Purchase Intention During the Covid Pandemic 19*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 2021, hal. 181-190.
- Tholok F. W., Sugandha S., Janamarta S., dan Parameswari R. -Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kualitas Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 2020, hal. 26-34.
- Widiyanto G., dan Sugandha S. -Analisis Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 2019, hal. 33-44.

- Santosa, S., Novianti, R., Anggraeni, T., Elizabeth, E., dan Gustrandi, A. -Strategi *Digital Branding* Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Indonesia (Studi Pada UMKM Desa Gelam Jaya, Kabupaten Tangerang. *In National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* (Vol. 1). 2021, hal. 202-214).
- Sutrisno S., Ausat A.M.A., Permana, R. M., dan Santosa, S. -*Effective Marketing Strategies for MSMEs during Ramadan in Indonesia. Community Development. Jurnal Pengabdian Masyarakat.* 2023, hal. 1901-1906.
- Sugandha S., Tholok F.W., dan Janamarta S. -*Application of Marketing Mix to Improve Consumer Purchasing Decisions on Culinary in The Old Market.* Jurnal Ekonomi & Bisnis, 2022.
- Tholok F. W., Sugandha S., Janamart, S., dan Parameswari R. -Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kualitas Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). Jurnal Ekonomi & Bisnis. 2023, hal. 26-34.
- Yang V., dan Widiyanto G. -Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *Marketplace* Shopee. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 2023.
- Putra W.P., Akbar Z., Santosa S., Pertiwi T. P., Firdaus, A., dan Widagdo D. -Inovasi Pemasaran Digital Mendukung UMKM dalam mengelola Bisnis secara Efektif. *Community.* Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2023, hal. 12520-12525.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Michele Vannes Lie
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 16 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. H. Saleh NO. 40 Benda Baru
Telepon : 087870245920
Email : vannliee1626@gmail.com
IPK : 3,46



Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : 2008 - 2014 SD SDK Mater Dei Pamulang
Sekolah Menengah Pertama : 2014 - 2017 SMPK Mater Dei Pamulang
Sekolah Menengah Kejuruan : 2017 - 2020 SMK Letris Indonesia 2 Tangerang Selatan
Universitas : 2020 - 2024 Universitas Buddhi Dharma

Riwayat Kerja

Pengalaman Kerja :

Tangerang, 18 Januari 2024

Michele Vannes Lie



RHINOS FITNESS CLUB

JL. RAYA SILIWANGI NO. 11B PAMULANG
TANGERANG SELATAN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andrie Setiawan

Jabatan: Pemilik Perusahaan Rhinos Fitness Club Pamulang

Menerangkan bahwa:

Nama : Michele Vannes Lie

NIM : 20200500043

Adalah benar telah melakukan riset penelitian di Rhinos Fitness Club terhitung sejak September 2023 s/d selesai untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Rhinos Fitness Club Pamulang"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar di pergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 26 September 2023



Andrie Setiawan

L

A

M

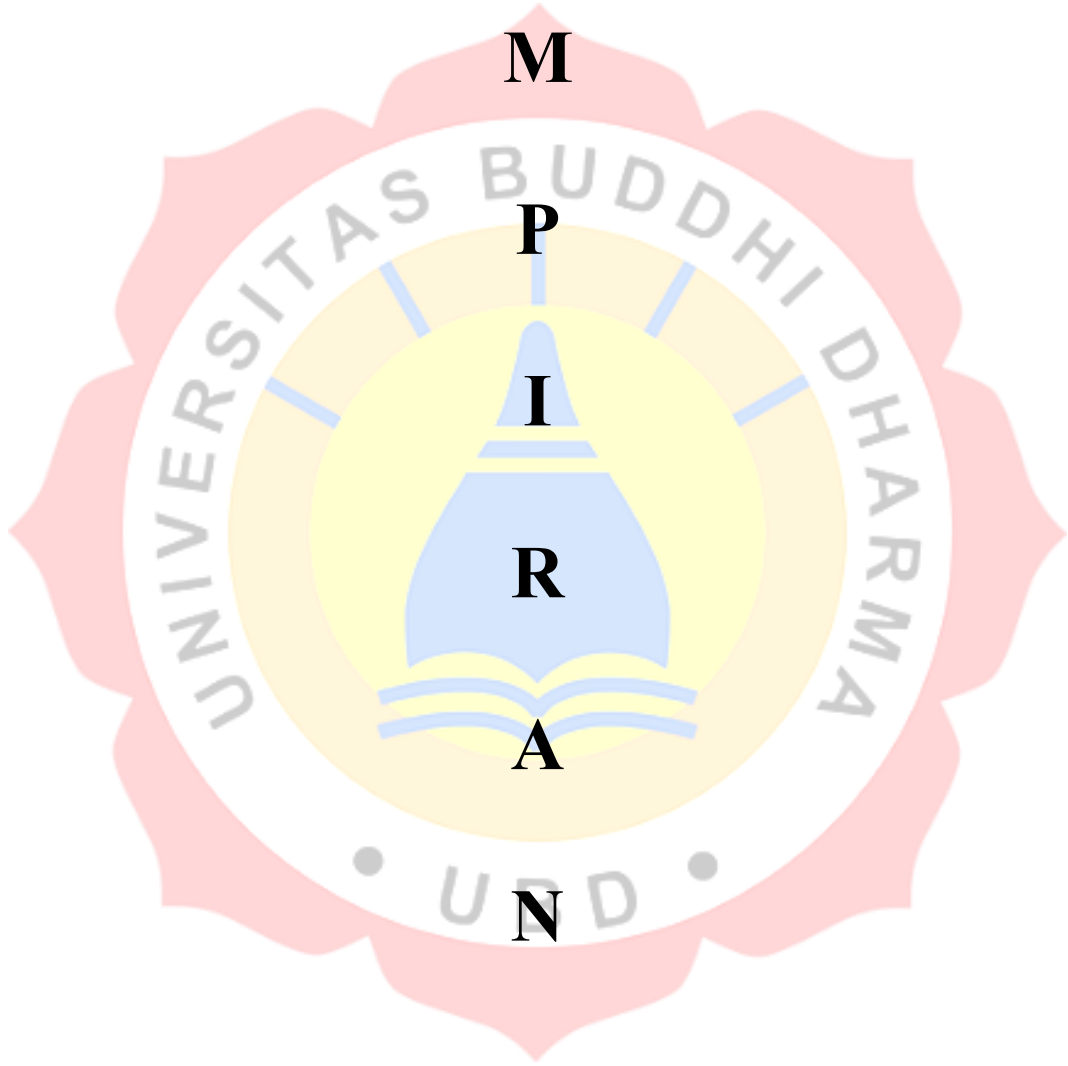
P

I

R

A

N



KUISIONER

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen memilih Rhinos Fitness Club Pamulang”, penulis mengharapkan ketersediaan dari Bapak/ibu dan Saudara/I untuk mengisi kuisisioner di bawah ini. Setiap jawaban dari Bapak/ibu dan Saudara/I berikan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas ketersediaan dari Bapak/ibu dan Saudara/I dalam mengisi kuisisioner ini.
Terima Kasih atas kesediaannya dalam mengisi kuisisioner ini.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berikan checklist (\checkmark) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
2. Dalam menjawab pertanyaan kuisisioner ini, sebaiknya anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.
3. Ada lima alternatif jawaban, yaitu :
 - a. SS (Sangat Setuju) : nilai 5
 - b. S (Setuju) : nilai 4
 - c. KS (Kurang Setuju) : nilai 3
 - d. TS (Tidak Setuju) : nilai 2
 - e. STS (Sangat Tidak Setuju) : nilai 1

Data Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan

Usia : () < 17 tahun () 17 - 25 tahun () 26 – 35 tahun () 36 – 45 tahun () > 45 tahun

Pekerjaan : () Pelajar / Mahasiswa () IRT
() Pegawai Swasta () Lainnya
() Wiraswasta

Jadwal latihan sebulan : () < 5 kali () 5 – 10 kali () > 10 kali

VARIABEL PROMOSI

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Adanya diskon pelajar membuat anda berkeinginan gabung menjadi member.					
2	Promo member get member yang tersedia menarik perhatian anda.					
3	Rhinos Fitness mengunggah info promo setiap bulannya melalui media sosial.					
4	Aktifnya sosial media mengenai video member saat latihan di Rhinos Fitness menjadi nilai tambah minat anda untuk gabung.					
5	Tersedianya jasa personal trainer membuat anda yakin gabung jadi member.					
6	Rhinos Fitness melakukan promo khusus di hari-hari besar.					
7	Promo harga khusus member membayar langsung tiga bulan menarik minat anda.					
8	Anda memilih rhinos fitness karena promo yang ditawarkan sesuai dengan yang akan anda didapatkan.					
9	Harga bulanan menjadi member yang terjangkau membuat anda memilih Rhinos Fitness.					
10	Adanya promo pemula dengan harga khusus dan bonus dilatih oleh PT menarik perhatian anda.					

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

VARIABEL LOKASI

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi strategis sehingga mudah dijangkau.					
2	Keamanan sekitar lokasi terjamin.					
3	Adanya lahan parkir yang luas.					
4	Lahan parkir tersedia untuk mobil dan motor.					
5	Tersedianya tempat latihan dan toilet yang luas dan bersih.					
6	Adanya toilet yang berfungsi dengan baik.					
7	Loker tas dan pakaian yang tersedia aman dan luas.					
8	Alat-alat fitness berfungsi dengan baik dan sesuai.					
9	Dibutuhkannya sirkulasi udara di tempat latihan tiap lantainya.					
10	Mudah menjangkau transportasi umum sekitar lokasi.					

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Admin gym selalu bersikap ramah dan sopan saat perpanjangan member					
2	Admin gym memberikan pelayanan yang sama terhadap semua member baru maupun lama					
3	Terjalannya komunikasi yang baik antara admin gym dan member fitness					
4	Penampilan admin gym rapih dan sopan					
5	Cepat tanggap menangani keluhan konsumen					
6	Admin gym memberikan pelayanan sesuai dengan jam kerja yang telah ditetapkan					
7	Personal Trainer teliti dalam membantu konsumen pemula saat latihan					
8	Admin gym memberikan masukan dan saran dengan tata bahasa yang baik dan benar					
9	Admin gym tidak pernah melakukan kesalahan saat pendataan member					
10	Admin gym memberikan kesan yang bagus saat pertama kali melayani member baru					

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

VARIABEL KEPUTUSAN KONSUMEN

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih Rhinos Fitness karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan					
2	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan memilih Rhinos Fitness.					
3	Setelah melihat konsumen lain banyak memilih Rhinos Fitness saya tertarik untuk menjadi member					
4	Saya memilih Rhinos Fitness karena adanya ajakan dari teman/saudara/keluarga					
5	Saya puas menjadi member Rhinos Fitness sehingga saya merekomendasikan ke orang lain					
6	Adanya hasil yang sesuai dengan harapan saya, sehingga saya akan terus memperpanjang member di Rhinos Fitness					
7	Saya memilih Rhinos Fitness karena alat-alat yang tersedia lengkap					
8	Saya tertarik menjadi member karena suasananya nyaman.					
9	Saya menjadi member di Rhinos Fitness karena kebutuhan					
10	Pengalaman dari teman saya, mendorong saya untuk mencoba gabung menjadi member di Rhinos Fitness					

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KS = Kurang Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

75	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	44
76	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
77	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	43
78	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	45
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	35
82	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
83	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
84	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	44
85	5	5	2	3	2	3	5	5	5	5	40
86	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
87	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44
88	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
90	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	41
91	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
92	4	5	3	5	5	2	4	4	5	5	42
93	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	41
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
97	5	4	2	5	4	2	4	5	5	5	41
98	5	4	5	3	4	5	3	5	4	5	43
99	4	3	3	5	5	2	4	4	5	4	39
100	5	3	4	5	4	3	4	3	5	5	41
101	5	3	3	5	5	1	4	4	5	4	39
102	5	4	4	5	4	2	4	4	4	5	41
103	5	5	2	5	5	1	4	4	5	5	41
104	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41
105	5	3	3	5	5	1	3	5	5	5	40
106	5	4	3	5	4	1	4	4	5	5	40
107	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
108	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
109	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
112	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	36
113	5	3	3	5	5	1	3	4	5	5	39

114	5	3	3	5	5	2	4	5	5	5	42
115	5	4	4	5	5	1	4	4	4	5	41
116	3	4	3	5	5	1	3	5	5	5	39
117	2	5	3	5	4	1	3	5	5	5	38
118	2	3	3	5	5	1	5	5	5	5	39
119	5	5	3	5	5	2	5	5	5	5	45
120	1	2	3	5	5	1	5	5	5	5	37



36	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	36
37	4	3	2	1	2	2	2	4	5	5	30
38	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
39	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	39
40	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
43	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	43
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
46	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	34
47	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	46
48	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	25
49	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
50	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
51	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	27
52	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
53	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	3	3	2	3	3	3	4	5	5	36
56	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
57	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	43
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
61	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	43
62	4	4	1	2	4	4	5	4	4	4	36
63	4	4	2	2	3	4	4	3	5	5	36
64	5	3	3	4	3	4	4	3	5	5	39
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4	37
67	3	3	2	3	3	3	2	3	5	4	31
68	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
71	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
72	3	2	2	2	2	2	3	3	5	4	28
73	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
74	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46

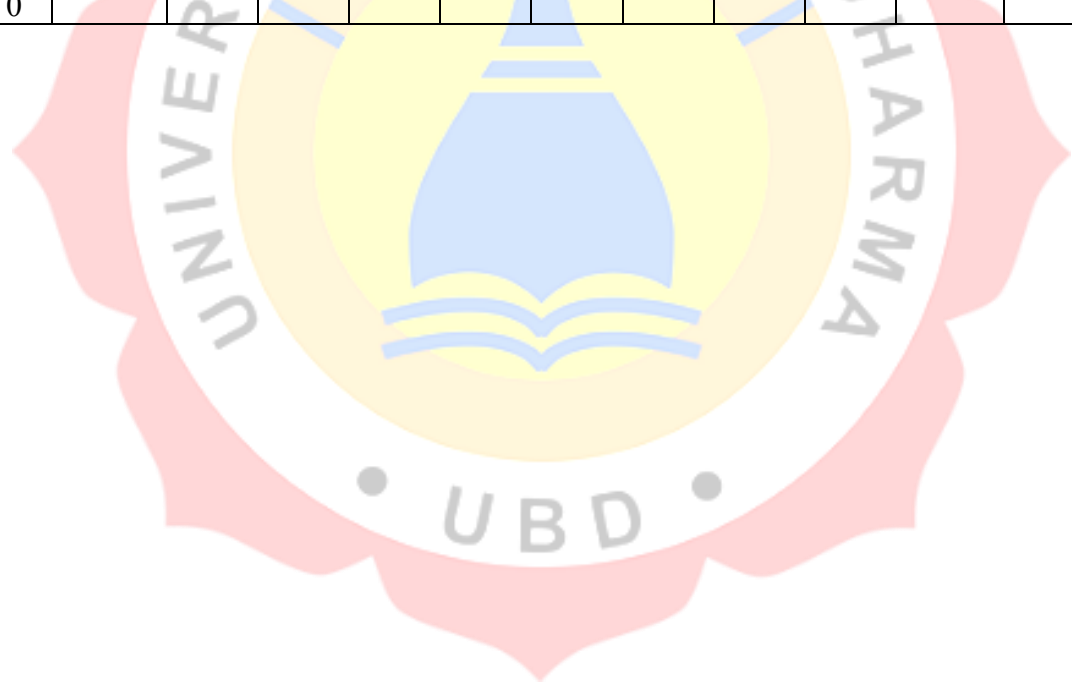
75	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	32
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	38
78	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	43
79	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	42
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	35
82	5	4	3	2	3	3	3	4	5	5	37
83	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	38
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	2	2	2	2	2	3	4	5	2	28
86	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	39
87	5	3	3	3	3	4	3	4	5	5	38
88	2	1	2	2	4	3	3	4	5	3	29
89	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	43
90	5	3	3	2	3	4	3	5	5	5	38
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	3	3	2	3	4	4	5	5	5	39
93	5	3	3	3	2	2	3	3	4	4	32
94	3	2	3	4	4	2	3	2	2	2	27
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	5	3	3	3	3	4	2	4	5	5	37
98	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	30
99	5	3	1	2	3	4	4	5	5	5	37
100	5	3	2	2	3	4	4	4	5	5	37
101	5	2	1	2	3	4	3	4	5	5	34
102	5	2	1	2	3	4	4	4	5	5	35
103	5	2	3	3	3	4	4	4	5	5	38
104	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
105	5	2	2	3	3	4	4	5	5	5	38
106	5	2	2	3	3	4	3	4	5	5	36
107	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	26
108	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	23
109	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
110	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	25
111	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
112	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
113	5	2	2	3	3	4	4	5	5	5	38

114	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	40
115	5	2	2	3	3	4	4	5	5	5	38
116	5	2	2	3	2	4	4	4	5	5	36
117	5	2	2	3	3	4	3	3	5	5	35
118	5	2	2	3	3	4	4	5	5	5	38
119	5	2	2	2	2	4	2	5	5	5	34
120	5	3	3	3	3	4	3	5	5	5	39



75	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	41
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
78	3	5	2	4	4	5	5	5	5	5	43
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
83	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
84	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
85	5	5	5	4	5	5	3	5	3	5	45
86	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	41
87	4	5	5	5	5	2	5	4	4	5	44
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
90	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	42
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	5	5	3	4	4	4	3	5	41
93	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
94	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	24
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	40
98	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	40
99	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
100	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	42
101	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
102	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
103	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	44
104	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
105	5	5	4	5	3	4	5	4	3	5	43
106	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	43
107	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44

7											
108	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
109	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
110	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
111	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
112	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33
113	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	46
114	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	44
115	5	5	5	5	3	4	5	4	3	5	44
116	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	39
117	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
118	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
119	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
120	5	5	4	4	2	4	4	5	5	5	43



75	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	43
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	35
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
82	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
83	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
85	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41
86	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	40
87	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
90	4	2	4	5	4	5	4	3	2	5	38
91	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
92	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	42
93	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
94	2	2	2	4	3	5	3	2	2	2	27
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	4	5	5	5	5	4	2	5	43
98	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	43
99	4	3	4	5	4	4	4	3	2	5	38
100	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	42
101	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	44
102	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	43
103	5	5	5	2	4	5	4	3	4	5	42
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	44
106	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	42
107	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
108	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
109	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
110	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
111	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
112	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	30
113	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	45

114	5	5	4	3	4	4	4	3	5	5	42
115	5	5	5	1	4	4	4	3	5	5	41
116	5	5	4	1	4	4	4	3	3	5	38
117	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
118	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
119	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
120	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47



TABEL R (1-120)

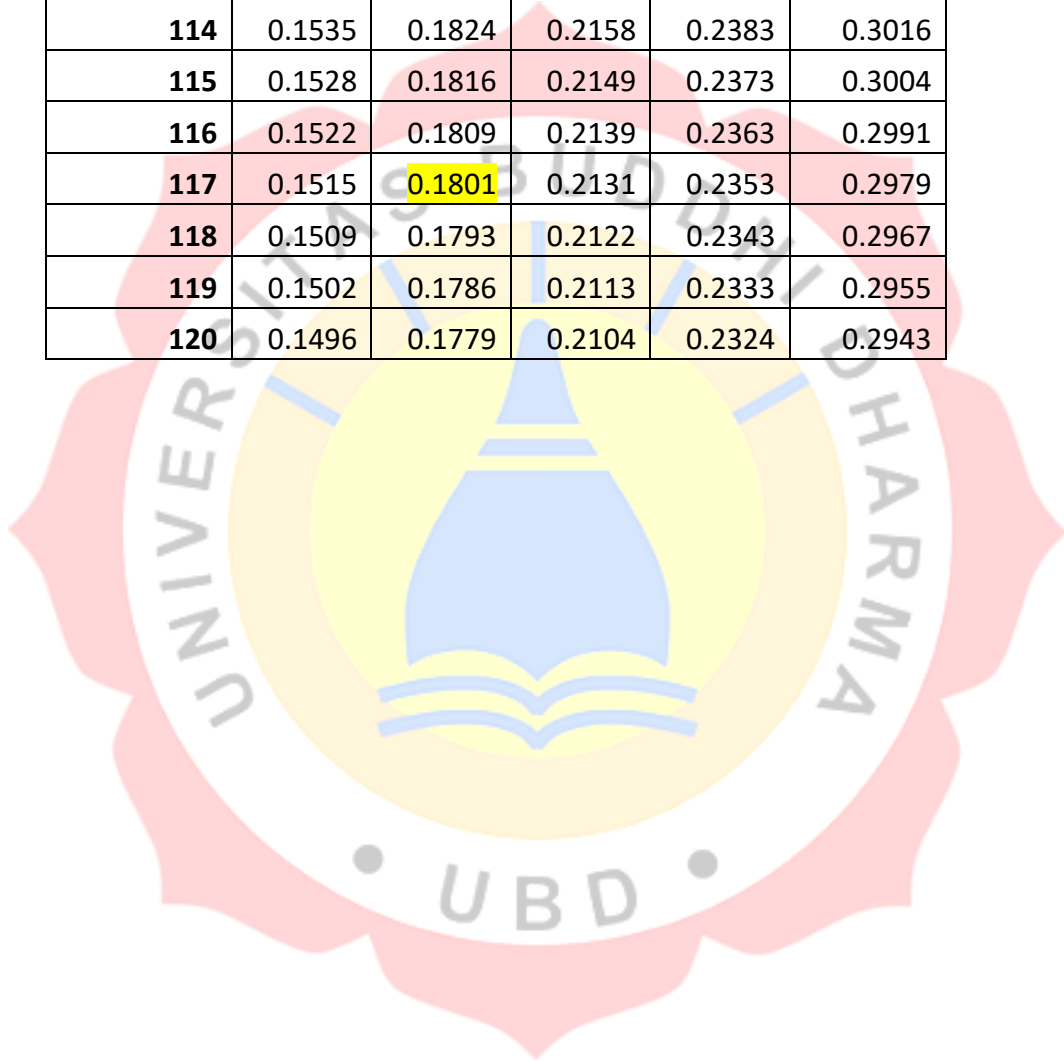
df	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788

19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514

49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611

79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095

109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943



TABEL T (81-120)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
	81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
	82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
	83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
	84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
	85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
	86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
	87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
	88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
	89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
	90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
	91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
	92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
	93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
	94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
	95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
	96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
	97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
	98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
	99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
	100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
	101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
	102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206

103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

UBD

LAMPIRAN 4

TABEL F

df untuk penyebut	df untuk pembilang														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06

28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82

111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75



Tabel Frekuensi Responden

Data Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	67	55.8	55.8	55.8
	Perempuan	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 17 tahun	7	5.8	5.8	5.8
	> 45 tahun	2	1.7	1.7	7.5
	17 - 25 tahun	89	74.2	74.2	81.7
	26 - 35 tahun	16	13.3	13.3	95.0
	36 - 45 tahun	6	5.0	5.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu rumah tangga	3	2.5	2.5	2.5
	Ibu Rumah Tangga	2	1.7	1.7	4.2
	lainnya	3	2.5	2.5	6.7
	Lainnya	5	4.2	4.2	10.8
	pegawai swasta	8	6.7	6.7	17.5
	Pegawai Swasta	15	12.5	12.5	30.0
	pelajar / mahasiswa	44	36.7	36.7	66.7
	Pelajar / Mahasiswa	34	28.3	28.3	95.0
	wiraswasta	2	1.7	1.7	96.7
	Wiraswasta	4	3.3	3.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Jadwal_Latihan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 kali	78	65.0	65.0	65.0
	< 5 kali, 5 - 10 kali	1	.8	.8	65.8
	> 10 kali	9	7.5	7.5	73.3
	5 - 10 kali	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Analisis Tabel Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	120	19.00	50.00	42.02	5.289
Lokasi	120	20.00	50.00	37.61	7.477
Kualitas Pelayanan	120	19.00	50.00	41.97	5.955
Keputusan Konsumen	120	18.00	50.00	42.12	5.909
Valid N (listwise)	120				

Tabel Frekuensi Promosi (X1)

Adanya diskon pelajar membuat anda berkeinginan gabung menjadi member.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	5	4.2	4.2	5.0
	3.00	7	5.8	5.8	10.8
	4.00	38	31.7	31.7	42.5
	5.00	69	57.5	57.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Promo member get member yang tersedia menarik perhatian anda.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	5	4.2	4.2	5.0
	3.00	14	11.7	11.7	16.7
	4.00	52	43.3	43.3	60.0
	5.00	48	40.0	40.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Rhinos Fitness mengunggah info promo setiap bulannya melalui media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	5.8	5.8	5.8
	3.00	32	26.7	26.7	32.5
	4.00	49	40.8	40.8	73.3
	5.00	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Aktifnya sosial media mengenai video member saat latihan di Rhinos Fitness menjadi nilai tambah minat anda untuk gabung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.2	4.2	4.2
	3.00	17	14.2	14.2	18.3
	4.00	45	37.5	37.5	55.8
	5.00	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Tersedianya jasa personal trainer membuat anda yakin gabung jadi member.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.7	1.7	1.7
	2.00	5	4.2	4.2	5.8
	3.00	12	10.0	10.0	15.8
	4.00	45	37.5	37.5	53.3
	5.00	56	46.7	46.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Rhinos Fitness melakukan promo khusus di hari-hari besar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	11	9.2	9.2	9.2
	2.00	9	7.5	7.5	16.7
	3.00	17	14.2	14.2	30.8
	4.00	47	39.2	39.2	70.0
	5.00	36	30.0	30.0	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Promo harga khusus member membayar langsung tiga bulan menarik minat anda.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	14	11.7	11.7	14.2
	4.00	55	45.8	45.8	60.0
	5.00	48	40.0	40.0	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Anda memilih Rhinos Fitness karena promo yang ditawarkan sesuai dengan yang akan anda dapatkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	11	9.2	9.2	10.8
	4.00	51	42.5	42.5	53.3
	5.00	56	46.7	46.7	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Harga bulanan menjadi member yang terjangkau membuat anda memilih Rhinos Fitness.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	9	7.5	7.5	10.8
	4.00	47	39.2	39.2	50.0
	5.00	60	50.0	50.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Adanya promo pemula dengan harga khusus dan bonus dilatih oleh personal trainer menarik perhatian anda.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	11	9.2	9.2	11.7
	4.00	36	30.0	30.0	41.7
	5.00	70	58.3	58.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Lokasi (X2)

Lokasi strategis sehingga mudah dijangkau.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	11	9.2	9.2	10.0
	3.00	25	20.8	20.8	30.8
	4.00	28	23.3	23.3	54.2
	5.00	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Keamanan sekitar lokasi terjamin.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	23	19.2	19.2	20.0
	3.00	43	35.8	35.8	55.8
	4.00	30	25.0	25.0	80.8
	5.00	23	19.2	19.2	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Adanya lahan parkir yang luas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	29	24.2	24.2	27.5
	3.00	41	34.2	34.2	61.7
	4.00	29	24.2	24.2	85.8
	5.00	17	14.2	14.2	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Lahan parkir tersedia untuk mobil dan motor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	24	20.0	20.0	20.8
	3.00	45	37.5	37.5	58.3
	4.00	25	20.8	20.8	79.2
	5.00	25	20.8	20.8	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Tersedianya tempat latihan dan toilet yang luas dan bersih.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	49	40.8	40.8	50.8
	4.00	34	28.3	28.3	79.2
	5.00	25	20.8	20.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Adanya toilet yang berfungsi dengan baik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	28	23.3	23.3	33.3
	4.00	52	43.3	43.3	76.7
	5.00	28	23.3	23.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Loker tas dan pakaian yang tersedia aman dan luas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	35	29.2	29.2	39.2
	4.00	45	37.5	37.5	76.7
	5.00	28	23.3	23.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Alat-alat fitness berfungsi dengan baik dan sesuai.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	5.8	5.8	5.8
	3.00	24	20.0	20.0	25.8
	4.00	48	40.0	40.0	65.8
	5.00	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Dibutuhkannya sirkulasi udara di tiap lantainya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	6.7	6.7	6.7
	3.00	17	14.2	14.2	20.8
	4.00	32	26.7	26.7	47.5
	5.00	63	52.5	52.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Mudah menjangkau transportasi umum sekitar lokasi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	17	14.2	14.2	24.2
	4.00	37	30.8	30.8	55.0
	5.00	54	45.0	45.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Kualitas Pelayanan (X3)

Admin gym selalu bersikap ramah dan sopan saat perpanjang member.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	12	10.0	10.0	13.3
	4.00	57	47.5	47.5	60.8
	5.00	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Admin gym memberikan pelayanan yang sama terhadap semua member baru maupun lama.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	13	10.8	10.8	12.5
	4.00	58	48.3	48.3	60.8
	5.00	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Terjalannya komunikasi yang baik antara admin gym dan member fitness.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	13	10.8	10.8	14.2
	4.00	55	45.8	45.8	60.0
	5.00	48	40.0	40.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Penampilan admin gym rapih dan sopan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	12	10.0	10.0	11.7
	4.00	60	50.0	50.0	61.7
	5.00	46	38.3	38.3	100.0
Total		120	100.0	100.0	

Cepat tanggap menangani keluhan konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	20	16.7	16.7	20.0
	4.00	57	47.5	47.5	67.5
	5.00	39	32.5	32.5	100.0
Total		120	100.0	100.0	

Admin gym memberikan pelayanan sesuai dengan jam kerja yang telah ditetapkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	15	12.5	12.5	15.0
	4.00	59	49.2	49.2	64.2
	5.00	43	35.8	35.8	100.0
Total		120	100.0	100.0	

Admin gym tidak pernah melakukan kesalahan saat pendaftaran member.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	31	25.8	25.8	29.2
	4.00	52	43.3	43.3	72.5
	5.00	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Admin gym memberikan kesan yang bagus saat pertama kali melayani member baru.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	1	.8	.8	1.7
	3.00	17	14.2	14.2	15.8
	4.00	46	38.3	38.3	54.2
	5.00	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Keputusan Konsumen (Y)

Saya memilih Rhinos Fitness karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	8	6.7	6.7	9.2
	4.00	54	45.0	45.0	54.2
	5.00	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.3	3.3	3.3
	3.00	10	8.3	8.3	11.7
	4.00	50	41.7	41.7	53.3
	5.00	56	46.7	46.7	100.0
Total		120	100.0	100.0	

Setelah melihat konsumen lain banyak memilih Rhinos Fitness saya tertarik untuk menjadi member.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	16	13.3	13.3	15.8
	4.00	55	45.8	45.8	61.7
	5.00	46	38.3	38.3	100.0
Total		120	100.0	100.0	

Saya memilih Rhinos Fitness karena adanya ajakan dari teman/saudara/keluarga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.7	1.7	1.7
	2.00	4	3.3	3.3	5.0
	3.00	14	11.7	11.7	16.7
	4.00	49	40.8	40.8	57.5
	5.00	51	42.5	42.5	100.0
	Total		120	100.0	100.0

Saya puas menjadi member Rhinos Fitness sehingga saya merekomendasikan ke orang lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	15	12.5	12.5	15.0
	4.00	53	44.2	44.2	59.2
	5.00	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Adanya hasil yang sesuai dengan harapan saya, sehingga saya akan terus memperpanjang member di Rhinos Fitness.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.8	.8	.8
	3.00	17	14.2	14.2	15.0
	4.00	57	47.5	47.5	62.5
	5.00	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya memilih Rhinos Fitness karena alat-alat yang tersedia lengkap.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.8	.8	.8
	3.00	17	14.2	14.2	15.0
	4.00	62	51.7	51.7	66.7
	5.00	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya tertarik menjadi member karena melihat promo menarik yang tersedia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	2	1.7	1.7	2.5
	3.00	27	22.5	22.5	25.0
	4.00	54	45.0	45.0	70.0
	5.00	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Saya menjadi member di Rhinos Fitness karena kebutuhan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	5.0	5.0	5.0
	3.00	16	13.3	13.3	18.3
	4.00	56	46.7	46.7	65.0
	5.00	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Pengalaman dari teman saya, mendorong saya untuk mencoba gabung menjadi member di Rhinos Fitness.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.7	1.7	1.7
	2.00	2	1.7	1.7	3.3
	3.00	13	10.8	10.8	14.2
	4.00	42	35.0	35.0	49.2
	5.00	61	50.8	50.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.813	.826	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00005	37.6167	24.087	.382	.266	.808
VAR00006	37.8500	22.297	.611	.443	.783
VAR00007	38.1417	22.761	.536	.547	.791
VAR00008	37.8083	23.030	.524	.502	.793
VAR00009	37.7917	22.738	.505	.472	.795
VAR00010	38.2917	22.460	.344	.580	.824
VAR00011	37.7917	23.813	.489	.297	.797
VAR00012	37.6833	23.546	.564	.449	.791
VAR00013	37.6667	23.384	.542	.534	.792
VAR00014	37.5833	23.186	.571	.510	.789

Uji Validitas dan Reliabilitas Lokasi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.921	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00016	33.5750	46.179	.601	.601	.917
VAR00017	34.1917	44.829	.723	.706	.909
VAR00018	34.4000	44.696	.704	.819	.911
VAR00019	34.2083	45.259	.671	.782	.913
VAR00020	34.0167	45.260	.783	.792	.906
VAR00021	33.8167	44.521	.867	.822	.902
VAR00022	33.8750	45.068	.799	.741	.905
VAR00023	33.5917	45.924	.769	.698	.908
VAR00024	33.3667	48.537	.498	.514	.921
VAR00025	33.5083	46.739	.603	.717	.916

Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.936	.937	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00027	37.7500	28.845	.740	.637	.930
VAR00028	37.7250	28.756	.812	.704	.926
VAR00029	37.7500	28.508	.772	.687	.928
VAR00030	37.7250	29.478	.722	.608	.931
VAR00031	37.8833	28.692	.729	.564	.930
VAR00032	37.7917	29.225	.707	.535	.931
VAR00033	37.7167	29.633	.697	.520	.932
VAR00034	37.7083	29.200	.821	.695	.926
VAR00035	38.0250	28.999	.658	.539	.934
VAR00036	37.7000	28.010	.807	.709	.926

Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

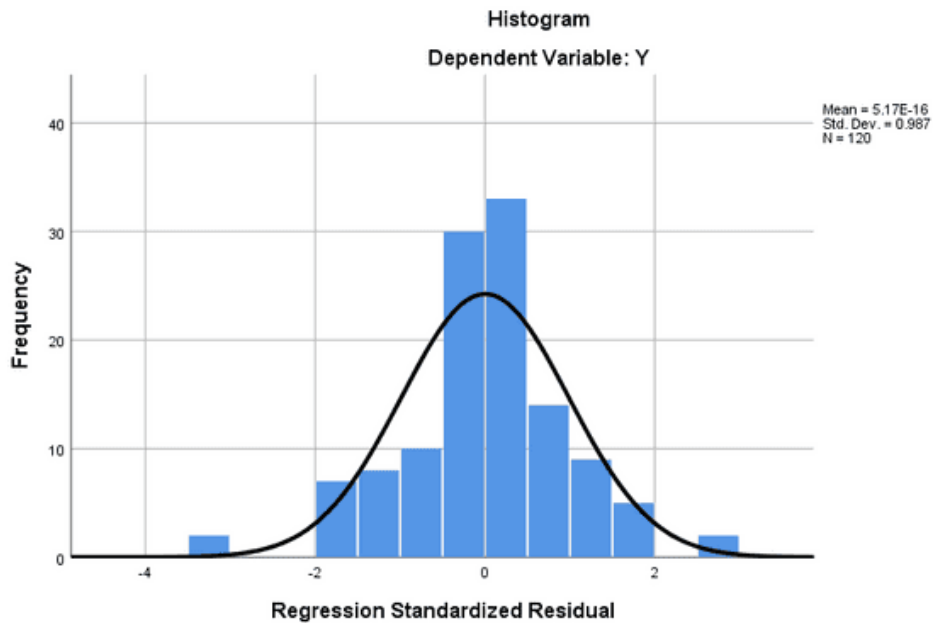
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.916	.918	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00038	37.7833	29.146	.680	.549	.908
VAR00039	37.8083	29.081	.635	.518	.910
VAR00040	37.9250	28.288	.745	.595	.904
VAR00041	37.9333	28.937	.541	.406	.917
VAR00042	37.8917	28.215	.754	.617	.904
VAR00043	37.9083	28.958	.711	.618	.906
VAR00044	37.9500	28.754	.763	.680	.904
VAR00045	38.1083	28.215	.692	.575	.907
VAR00046	38.0083	28.277	.682	.534	.908
VAR00047	37.8083	27.602	.728	.540	.905

Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



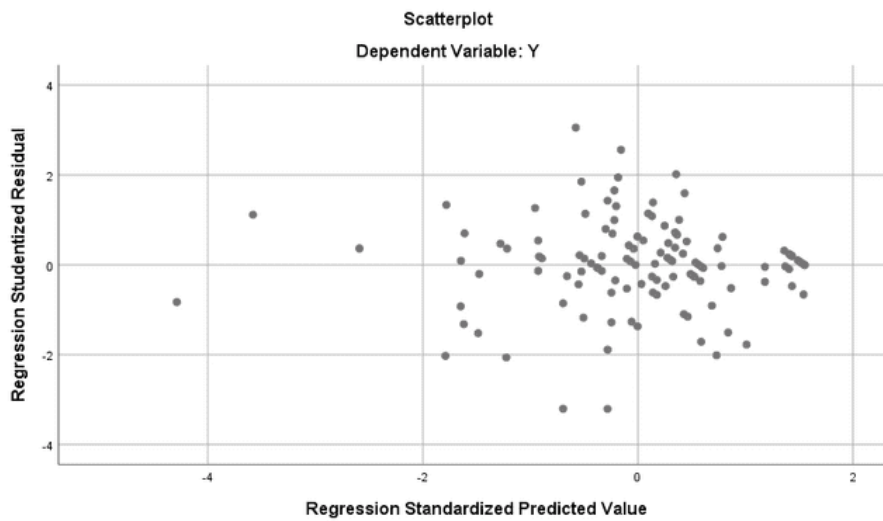
2) Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.986	2.307		.861	.391		
	Promosi	.321	.076	.287	4.198	.000	.474	2.111
	Lokasi	.046	.044	.058	1.032	.304	.707	1.414
	Kualitas_Pelayan	.594	.070	.599	8.447	.000	.442	2.265

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

3) Uji Heterokedastisitas



Uji Model Statistik

a. Uji Korelasi Berganda

Correlations

		Promosi	Lokasi	Kualitas Pelayanan	Keputusan Konsumen
Promosi	Pearson Correlation	1	.470**	.717**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120
Lokasi	Pearson Correlation	.470**	1	.524**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.717**	.524**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120
Keputusan Konsumen	Pearson Correlation	.744**	.506**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

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

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.986	2.307		.861	.391
	Promosi	.321	.076	.287	4.198	.000
	Lokasi	.046	.044	.058	1.032	.304
	Kualitas Pelayanan	.594	.070	.599	8.447	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.736	3.03579

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan_konsumen

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Promosi (X1) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.211	2.912		2.476	.015
	Promosi	.831	.069	.744	12.081	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27.073	2.405		11.255	.000
	Lokasi	.400	.063	.506	6.379	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.355	2.131		3.451	.001
	Kualitas_Pelayanan	.828	.050	.835	16.476	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Uji F (Simultan)

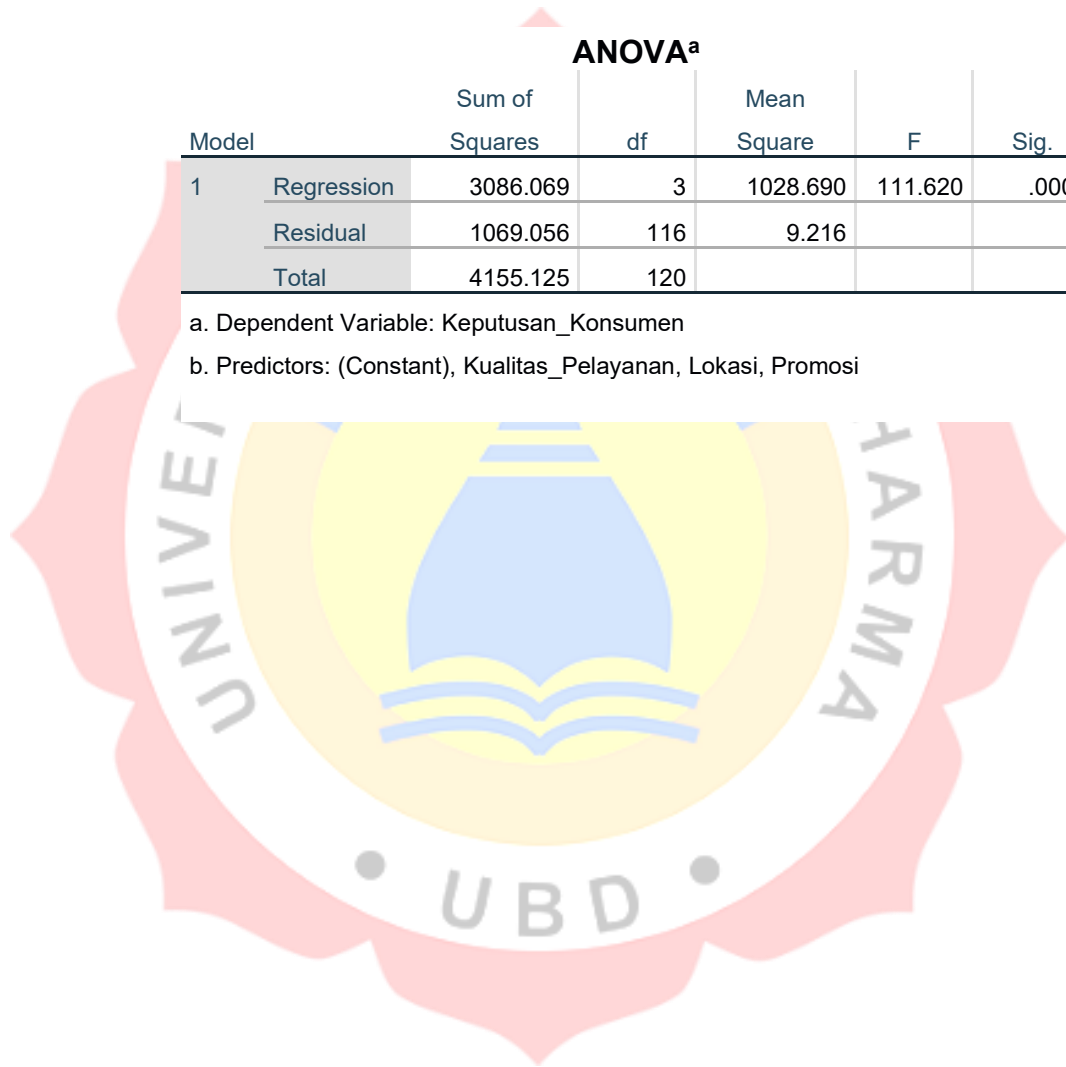
Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3086.069	3	1028.690	111.620	.000 ^b
	Residual	1069.056	116	9.216		
	Total	4155.125	120			

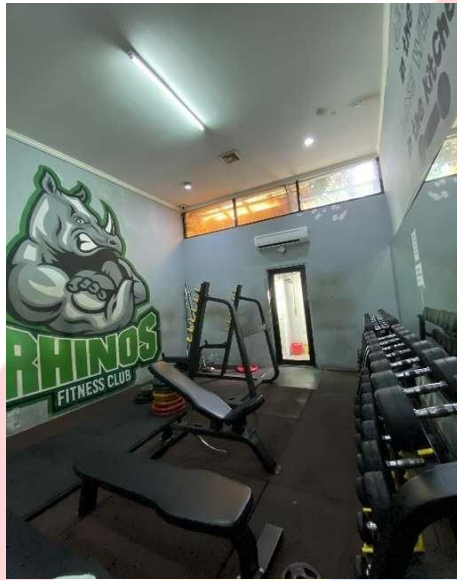
a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Lokasi, Promosi

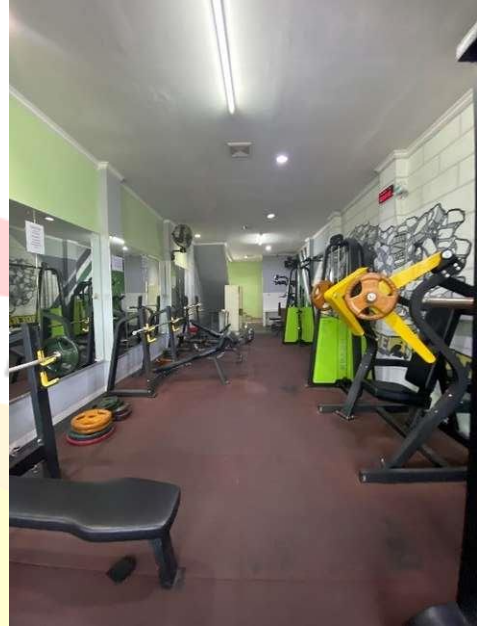


1. Lokasi Rhinos Fitness Club Pamulang

- Lantai 1



- Lantai 2



- Lantai 3



