



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH
FITNESS CENTER QUEEN VICTORIA SURABAYA**

PROPOSAL

Diajukan untuk memenuhi persyaratan program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Kartika

Disusun oleh:

Kelvien Siangga Wahyudi

111.21.039

Pembimbing:

Dr. Erna Ferrinadewi, S.E, M.M.

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

SURABAYA

2024

Abstrak

Seiring berkembangnya jaman, olahraga sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Masyarakat Indonesia sendiri sudah mulai sadar akan kesehatannya mereka dan salah satu bentuk mereka sadar akan kesehatan yaitu dengan berolahraga. Masyarakat Surabaya sendiri juga memiliki kesadaran yang cukup tinggi dengan kesehatan, terbukti banyak sekali acara olahraga seperti lari pagi, sepeda dan bahkan banyak fitness center yang ada di Surabaya. Persaingan fitness center di Surabaya sendiri semakin ketat seperti Fithub, Atlas dan Queen Victoria. Walaupun peminat fitness center semakin meningkat namun Queen Victoria masih sepi karena jika dibandingkan dengan fitness center lain, jumlah *member* Queen Victoria masih tergolong sedikit.

Kata Kunci: Olahraga, Fitness Center, Kesehatan, Queen Victoria

Abstrak

Along with the times, sport has become a necessity for society. The Indonesian people themselves have begun to become aware of their health and one form of awareness of their health is by exercising. The people of Surabaya themselves also have quite a high awareness of health, as evidenced by the many sporting events such as morning jogging, cycling and even many fitness centers in Surabaya. Competition for fitness centers in Surabaya itself is getting tighter, such as Fithub, Atlas and Queen Victoria. Even though interest in fitness centers is increasing, Queen Victoria is still quiet because compared to other fitness centers, the number of Queen Victoria members is still relatively small.

Keywords: Sports, Fitness Center, Health, Queen Victoria

UWIK

DAFTAR ISI

BAB. I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Penelitian	13
BAB. II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Johan Dwi Pramudita (2015).....	14
2.1.2 Evan Setiawan (2017).....	14
2.2 Persamaan dan Perbedaan	15
2.3 Landasan Teori	16
2.3.1 Teori Perilaku Konsumen.....	16
2.3.2 Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.3.3 Model – Model Perilaku Konsumen	17
2.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku- Perilaku Konsumen	18
2.3.4.1 <i>Cultural Factor</i> (Faktor Budaya)	18
2.3.4.2 <i>Social Factor</i> (Faktor Sosial)	19
2.3.4.3 Motivasi.....	20
2.3.4.4 Persepsi.....	21
2.3.4.5 Faktor internal yang memengaruhi persepsi,	22
2.3.4.6 Faktor eksternal yang memengaruhi persepsi	23
2.3.4.7 Pembelajaran	24
2.3.4.8 Kepribadian	26
2.3.5 Jenis Perilaku Konsumen	27
2.3.6 Proses Pembentukan Perilaku Konsumen	28
2.3.7 Teori Keputusan Pembelian	29
2.3.8 Dimensi Keputusan Pembelian	30
2.3.9 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.3.10 Jasa	31
2.3.11 Fitness Center (Pusat Kebugaran)	33

2.4 Kerangka Penelitian	36
BAB. III HASIL PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Data Narasumber	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Wawancara Tak Terstruktur	39
3.3.2 Dokumentasi	39
3.4 Teknik Analisa Data	40
BAB. IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil wawancara	43
4.2 Reduksi Data	52
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Kebutuhan Berolahraga Yang Tinggi	56
4.3.2 Kedekatan Dengan <i>Reference Group</i> Mengakibatkan Pengambilan Keputusan	58
4.3.3 Pengambilan Keputusan yang Unik	61
BAB. V Kesimpulan	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66

UWIK