

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI
FITNESS CENTRE (SFC) SEBAGAI TEMPAT
BEROLAHRAGA**

E-Journal

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga**



Oleh
Dwi Okto Panuntun
NIM 12603141046

**PROGRAM STUDI ILMU
KEOLAHRAGAAN FAKULTAS ILMU
KEOLAHRAGAAN UNIVERSITAS NEGERI
YOGYAKARTA 2016**

PENGESAHAN

E-Journal yang berjudul “ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI *FITNESS CENTRE* SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA” yang disusun oleh Dwi Okto Panuntun, NIM 12603141046 telah disetujui oleh dosen pembimbing dan dosen penguji utama.

Yogyakarta, Mei 2016

Dosen Pembimbing



Yudik Prasetyo, M. Kes
NIP 19820815 200501 1 002

Reviewer



Dr. Ahmad Nasrulloh
19830626 2008121 002



ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI *FITNESS CENTRE* (SFC) SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA

Oleh: Dwi Okto Panuntun

12603141046

ABSTRAK

Olahraga kesehatan merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk menjaga tubuh tetap berada dalam kondisi sehat dan bugar. Jenis olahraga kesehatan yang mendukung kesehatan dan kebugaran dalam menjaga tubuh salah satunya adalah dengan berolahraga *fitness*. Semakin berkembangnya tingkat kehidupan masyarakat, berkembang juga minat masyarakat dalam memilih *fitness centre*. Oleh sebab itu, proses pengambilan keputusan sebelum memilih tempat *fitness* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: motivasi, lokasi, dan promosi. Dalam pelaksanaan keputusan memilih tersebut, masih belum diketahui faktor pengaruh apa saja yang paling berpengaruh terhadap *member* mengenai keputusan memilih *fitness centre*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi baik secara parsial dan serempak terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Metode penelitian asosiatif kuantitatif dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan metode survey. Subjek dalam penelitian adalah *member* atau anggota terdaftar di Sinduadi *Fitness Centre* pada Tahun 2016. Teknik pengambilan data dalam penelitian menggunakan instrumen berupa angket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*, serta secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien determinasi 0,655 yang berarti bahwa 65,5% variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*, dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *motivasi, lokasi, promosi, pengambilan keputusan*

ANALYSIS OF MOTIVATION, LOCATION, AND PROMOTION EFFECTS TOWARDS DECIDING SINDUADI FITNESS CENTRE (SFC) AS SPORT VENUE

Abstract

Health sport is an activity that aims to keep the body stay healthy and fit. One of the exercises that supports the body become healthy and fit is by fitness exercise. The growing level of public life also emerges public interest in choosing a fitness centre. Therefore, the decision-making process before choosing where to do fitness exercise is influenced by various factors, such as: motivation, locations, and promotions. The decision making process to choose is still unknown what the most influential factors are of any factors of the members of a fitness centre. This study aims to determine the effect of motivation, the location, and the promotion of both partially and simultaneously towards the decision of choosing Sinduadi Fitness Centre as the place to fitness exercise.

The research used in this research was associative quantitative. Associative quantitative research methods were designed to determine the relationship between two or more variables with survey method. The subjects in the study were registered of Sinduadi Fitness Centre members in 2016. The data collection technique in the research was done by using questionnaire instrument.

The results show that the variables of motivation, location, and promotion partially positive and significantly influence the decision to choose Sinduadi Fitness Centre, as well as affect simultaneously or positive and significant. It is proven from the results of research that show the determination coefficient 0.655, which means that 65.5% of motivation, locations, and promotion variables influence the decision to choose Sinduadi Fitness Centre, and the remaining 34.5% is influenced by other factors.

Keywords: *motivation, location, promotion, decision-making*

Yogyakarta, 27 Mei 2016

Wakil Dekan I

Pembimbing

Dr. Or. Mansur, M.S.

Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.

NIP. 19570519 198502 1 001

NIP. 19820815 200501 1 002

PENDAHULUAN

Olahraga kesehatan merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk menjaga tubuh tetap dalam kondisi sehat dan bugar. Seseorang yang memiliki tubuh bugar berarti lebih dari sehat, dimana seseorang tersebut tidak hanya terbebas dari penyakit, tetapi memiliki kemampuan gerak yang mendukung aktivitasnya secara efisien tanpa mengakibatkan kelelahan yang berlebihan. Oleh sebab itu khususnya olahraga kesehatan diperlukan kreativitas yang tinggi untuk membuat berbagai variasi bentuk aktivitas gerakan agar menjadi tidak membosankan (Boyke Mulyana, 2013: 37).

Jenis olahraga kesehatan yang mendukung pemeliharaan kebugaran tubuh dengan kreatifitas tinggi dan tidak membosankan dapat diperoleh dengan menerapkan program latihan kebugaran, salah satunya dengan berolahraga *fitness*. Latihan kebugaran atau *fitness* merupakan proses sistematis menggunakan rangsang gerak dan bertujuan meningkatkan atau mempertahankan kualitas fungsional tubuh, yang meliputi kualitas daya tahan paru jantung, kekuatan atau daya tahan otot, kelentukan, dan komposisi tubuh (Faidillah, 2006: 10).

Pengertian *fitness* menurut Faidillah (2006: 62) adalah kemampuan fisik seseorang dalam melakukan kegiatan/kerja sehari-hari secara efisien tanpa timbul suatu kelelahan. Gaya hidup pelaku *fitness* pada dasarnya adalah gaya hidup yang melibatkan aktivitas yang membuat orang menjadi lebih sehat, lebih bugar, dan jarang sakit, yaitu dengan cara menerapkan istirahat yang cukup, berolahraga secara rutin, dan makan yang teratur (mengandung nutrisi lengkap). Para pelaku olahraga *fitness* memiliki tujuan

yang berbeda-beda tergantung dari setiap individunya. Tujuan berolahraga *fitness* antara lain untuk program penurunan berat badan, penambahan berat badan, dan hipertropi otot (*body builder*).

Fitness Centre merupakan salah satu tempat kebugaran yang sedang berkembang saat ini. Baik dari remaja hingga lansia laki-laki maupun perempuan tertarik ketempat ini, karena ditempat ini pengunjung dapat berolahraga dengan nyaman, tanpa biaya mahal, dan tidak memerlukan waktu yang banyak serta dapat disesuaikan dengan waktu individu pengunjung. Tingkat kebutuhan olahraga pada individu dengan aktivitas pekerjaan yang semakin meningkat, sedangkan ketersediaan tempat *fitness* yang semakin banyak dan berkembang. Hal ini memicu persaingan dalam membuka peluang bisnis sebagai penyedia jasa tempat *fitness* baik di kota maupun di penjuru pelosok kota. Dalam menganalisa peluang bisnis sudah semestinya memperhatikan pemilihan lokasi yang baik dan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih *fitness centre*.

Sukses tidaknya suatu tempat *fitness centre* salah satunya disebabkan dari seberapa strategisnya pemilihan lokasi. Pada kenyataannya pemilihan lokasi yang baik dan strategis dalam mendirikan sebuah tempat *fitness* masih kurang diperhatikan dari sebagian besar pendiri tempat *fitness* yang ada. Bahkan kebanyakan pendiri jasa *gym* kurang memperhatikan untuk persaingan dimasa yang akan datang dengan tempat *gym* lain dalam menyesuaikan kebutuhan pada konsumen. Seiring perkembangan zaman, *fitness centre* menjadi suatu kebutuhan dimana seseorang tidak perlu mencari waktu luang untuk berolahraga, sebab dari jam

operasional dan jadwal kelas *aerobic* yang ditawarkan dari manajemen *fitness centre* serta jarak tempat yang strategis untuk ditempuh sangat membantu pengunjung atau *member* dalam menentukan jadwal *fitness*.

Dalam sebuah *fitness centre*, bukan hanya dilihat dari segi strategis tidaknya suatu lokasi saja, tetapi juga dibutuhkan sarana, prasarana yang lengkap, dan sistem manajemen yang baik dari pengelola *fitness centre* tersebut. Manajemen yang diterapkan haruslah sesuai dengan visi dan misi manajemen yang ada bagi sebuah *fitness centre*. Dengan pemilihan manajemen yang baik, maka akan berdampak pada kemajuan bagi *fitness centre*. Dalam hal ini peran manajer atau pengelola sangat berpengaruh besar dalam mempersiapkan program kerja untuk memajukan *fitness centre* yang dikelolanya. Pengelola atau manajer juga wajib menentukan kriteria instruktur yang sesuai dengan standar *fitness centre* yang ada. Hal ini berdampak pada kemajuan *fitness centre*, karena tempat *gym* yang baik dan menarik bagi pengunjung atau calon *member* salah satunya tergantung dari pelayanan yang diberikan karyawan atau pegawainya.

Seiring perkembangan tingkat kehidupan masyarakat, berkembang juga minat masyarakat akan manfaat dari adanya *fitness centre*. Banyaknya minat masyarakat dalam berolahraga *fitness* saat ini, menunjukkan indikasi bahwa kesadaran masyarakat untuk memelihara kebugaran cukup tinggi. Hal ini dijadikan peluang oleh berbagai pusat kebugaran untuk lebih memperkenalkan jasa *fitness* kepada masyarakat. Pada kenyataannya pengelola yang ada di *fitness centre* hampir sebagian besar dalam memberikan promosi ke masyarakat belum cukup luas. Oleh sebab itu, pengelola yang baru harus memiliki ide yang lebih kreatif dan inovatif agar masyarakat sekitar tertarik untuk menjadi

member atau anggota tetap. Selain membuat bentuk promosi yang menarik, beberapa faktor yang harus diperhatikan sebelum meluncurkan produk jasa yang ditawarkan yaitu dengan memperhatikan faktor penggerak motivasi yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mendirikan tempat penyedia jasa pusat kebugaran. Pada kenyataannya sebagian besar penyedia jasa *fitness* masih kurang maksimal dalam memberikan pemacu motivasi yang tepat. Faktor motivasi yang dijadikan suatu dorongan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat terkini akan berimbas positif dengan semakin banyaknya jumlah minat pada penyedia jasa tersebut.

Demikian juga terjadi pada penyedia jasa tempat olahraga di Indonesia, khususnya tempat *fitness*. Semakin banyaknya penyedia jasa tempat *fitness* yang ada di Indonesia, maka konsumen atau calon *member* akan lebih selektif dalam memilih tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga. Keputusan konsumen dalam menentukan pemilihan atau keputusan dalam memilih tempat *fitness* tidak terjadi begitu saja, melainkan adanya berbagai faktor pendorong sebelum mengambil keputusan.

Salah satu *fitness centre* yang menyadari akan persaingan bisnis dalam bidang penyedia jasa olahraga adalah Sinduadi *Fitness Centre* (SFC). Dalam industri bisnis *fitness centre* tergolong dalam bidang industri penjual jasa. SFC menawarkan berbagai macam fasilitas peralatan dan paket lengkap *fitness* serta aerobik. SFC juga menyediakan jasa *privat trainer* untuk *fitness*, pakaian *fitness*, dan program *insidental* bagi pengunjung. Banyaknya jenis pakaian *fitness* yang disediakan untuk dijual, memudahkan *member* baru untuk melengkapi kelengkapan dalam berolahraga *fitness* tanpa perlu mencari ke tempat lain. SFC juga menyediakan air putih gratis untuk

menunjang latihan pengunjung atau *member* yang tidak membawa perlengkapan minum.

Perkembangan *fitness centre* (pusat kebugaran) di kota Yogyakarta berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa *fitness centre* berskala besar dengan skala industri, memiliki kemasan pemasaran semenarik mungkin seperti dibuatnya website atau sosial media dengan berbagai variasi dan inovasi. Semakin bertambah banyaknya *fitness centre*, semakin besar persaingan yang dihadapi para pengelola *gym* untuk selalu berkreasi dalam bentuk promosi agar dapat menambah dan mempertahankan pelanggan yang ada. Hal ini didasarkan pada bukti berdirinya beberapa *fitness centre* di kota Yogyakarta diantaranya Sinduadi *Fitness Centre*, Lembah *Fitness* UGM, Zalaza Studio, Club House Casa Grande, *Fitness* UNY, Jogjakarta Plaza Hotel, dan lainnya. Berdirinya *fitness centre* tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas olahraga. Aaron Smith (2008: 170) berpendapat bahwa promosi adalah kegiatan berkomunikasi dengan menarik perhatian konsumen, serta melibatkan konsumen tentang produk, membujuk, dan mendorong konsumen untuk membeli produk olahraga yang ditawarkan. Maka dari itu, sukses tidaknya pengelola *fitness centre* dalam mempromosikan jasa yang ditawarkannya, akan berdampak langsung pada tingkat jumlah pengunjung atau pendaftar *member* di Sinduadi *Fitness Centre* yang dapat dilihat dari jumlah pendaftar ulang *member* setiap bulannya.

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga di Sinduadi *Fitness Centre* (SFC). Keputusan pemilihan jasa merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan

permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungannya. Jadi, mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi, sedangkan alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan (Siswanto, 2005: 171-172).

Jika keputusan pemilihan jasa cepat dan tepat, maka dalam pemilihan ulang konsumen (*member*) tidak akan berpikir terlalu lama dalam melakukan pemilihan tempat jasa pada kesempatan selanjutnya. Sehingga konsumen akan menjadi konsumen tetap, bahkan ada kemungkinan konsumen akan merekomendasikan produk jasa tersebut kepada orang lain, dan secara tidak langsung pemilik tempat penyedia jasa *fitness* tersebut akan mendapat keuntungan dari hal tersebut.

Sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas, maka perlu diketahui tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam memilih *fitness centre*. Faktor yang diduga peneliti dan diteliti dalam penelitian ini adalah motivasi, lokasi, dan promosi. Faktor atau variabel motivasi memiliki indikator antara lain kinerja, pengakuan/ penghargaan, tantangan, tanggungjawab, pengembangan, keterlibatan, dan kesempatan. Faktor lokasi dengan indikator strategis yang meliputi akses, visibilitas, parkir, ekspansi, dan lingkungan. Variabel promosi dengan indikator pemasangan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Sedangkan, variabel keputusan dengan indikator penetapan tujuan, identifikasi masalah, pengembangan, evaluasi, seleksi, implementasi, dan pengendalian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial (sendiri) dan simultan

(serempak) terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan bagi mahasiswa sebagai pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen olahraga kaitannya dengan pengambilan keputusan dan sebagai gambaran kepada perusahaan tentang usaha meningkatkan kualitas perusahaan dalam berbagai aspek.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian tentang motivasi, lokasi, dan promosi merupakan penelitian asosiatif kuantitatif. Metode penelitian asosiatif dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan menggunakan metode survei. Penelitian asosiatif ini memiliki maksud untuk mengetahui pengaruh dan gambaran detail tentang analisis motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal ini berarti penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu apakah ada pengaruh antar variabel satu dengan lainnya. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data. Setelah data diolah, selanjutnya data diproses dan diolah menjadi sebuah presentase angka yang sesuai dari tujuan penelitian.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 4-7 April 2016. Penelitian dilaksanakan di Sinduadi *Fitness Centre* yang beralamat di Kutu Raden komplek SD Sinduadi Barat, jalan Magelang kilometer 5, Sinduadi, Mlati, Sleman, D.I Yogyakarta.

Subjek Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, dimana teknik penentuan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Cara pengambilan sampel dalam *accidental sampling* dimana sebagian populasi dijadikan sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian *member* di Sinduadi *Fitness Centre* yang masih aktif dan terdaftar sebagai *member* tetap pada bulan Januari, Februari, dan Maret 2016, dengan jumlah sampel 40 responden.

Prosedur

Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan, mulai dari pengajuan proposal penelitian, kemudian peneliti melakukan survey tempat dan jumlah *member* yang terdaftar. Data survey yang diperoleh dijadikan acuan dalam membuat alat instrumen yang tepat. Alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket yang diberikan kepada *member* di Sinduadi *Fitness Centre*, sehingga diperoleh jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya yang kemudian dianalisis dan diolah untuk mengetahui hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan dari penelitian.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian mengenai pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih *fitness centre* diperoleh dengan cara penyebaran angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang berjumlah 48 pernyataan. Angket tersebut diisi oleh *member* Sinduadi *Fitness Centre*.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket yang sudah diuji

validitas dengan menggunakan *expert judgement* dari para ahli dalam bidangnya. Reliabilitas instrumen diketahui dari hasil uji coba instrumen yang dianalisis dengan rumus *Alpha Cronbach* melalui bantuan SPSS.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survey dan angket yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Dalam penelitian ini yang digunakan berupa angket tertutup yang sudah disediakan jawabannya. Angket diisi oleh *member* yang terdaftar di *Sinduadi Fitness Centre*. Pengumpulan data juga dilakukan secara langsung oleh peneliti di lokasi tempat dilaksanakannya penelitian yang dibantu oleh pengelola dalam pengkondisiannya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis kuantitatif dengan alat analisis berupa regresi linier berganda yang merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

Untuk memberikan makna dari hasil data yang ada, digunakan model persamaan regresi linier berganda dengan rumus presentase sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = keputusan memilih
- X₁ = motivasi
- X₂ = lokasi
- X₃ = promosi
- a = Konstanta
- b₁...b₃ = koefisien regresi
- e = Suku kesalahan

Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah meliputi uji normalitas (sig>0,05), uji linieritas (sig>0,05), dan uji multikolinieritas (tolerance > 1,0 dan VIF < 10). Sedangkan pada uji hipotesis menggunakan uji t

(sig<0,05), uji f (sig<0,05), dan uji koefisien determinasi (R kuadrat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis data untuk menguji hipotesis memerlukan beberapa uji persyaratan yang harus dipenuhi agar hasilnya dapat dipertanggungjawabkan. Uji persyaratan analisis meliputi:

Uji Normalitas

No.	Variabel	Signifikan	Kesimpulan
1.	Motivasi	0,674	Normal
2.	Lokasi	0,491	Normal
3.	Promosi	0,163	Normal
4.	Keputusan	0,694	Normal

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua variabel baik bebas maupun terikat memiliki nilai signifikan diatas 0,05 atau sig > 0,05, sehingga dapat disimpulkan Ho diterima yang berarti data residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.976	5.329	-.183	.856		
	Motivasi	.369	.155	.348	.2375	.447	2.238
	Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042	.523 1.913
	Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044	.496 2.015

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Berdasarkan tabel yang ada, semua variabel bebas memiliki nilai toleransi di atas 0,1 dengan rincian pada variabel motivasi (0,447), lokasi (0,523), dan promosi (0,496), serta memiliki VIF kurang dari 10 dengan rincian motivasi (2,238), lokasi (1,913), dan promosi (2,015), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Linieritas

Semua variabel bebas memiliki nilai signifikan di atas 0,05 dengan rincian pada variabel motivasi ke pengambilan keputusan (0,712), lokasi pengambilan keputusan (0,217), dan promosi pengambilan keputusan (0,324) serta dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dikatakan linier, karena memenuhi syarat dengan nilai $\text{sig} > 0,05$.

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.976	5.329		-.183	.856
	Motivasi	.369	.155	.348	2.375	.023
	Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042
	Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Uji t dikatakan berpengaruh, jika nilai $\text{sig} < 0,05$. Karena semua nilai $\text{sig} < 0,05$ (5%), maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.810	3	168.270	22.749	.000 ^b
	Residual	266.290	36	7.397		
	Total	771.100	39			

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

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

F statistik diperoleh F_{hitung} sebesar 22,749 dan signifikansi (sig) = 0,000, pada taraf signifikansi $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,655 yang berarti bahwa sekitar 65,5% variasi pada variabel keputusan memilih mampu diterangkan oleh ketiga variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 34,5% dipengaruhi faktor lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga dan secara simultan motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien determinasi 0,655 yang berarti bahwa sebesar 65,5% variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi faktor lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka sebaiknya Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat penyedia jasa olahraga harus tetap mempertahankan dan meningkatkan faktor penggerak motivasi terkini pada konsumen, lokasi yang nyaman dan strategis, serta kemasan promosi yang lebih menarik, karena terbukti pada hasil penelitian bahwa motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh tinggi. Apabila semua unsur pendukung dapat ditingkatkan serta dievaluasi, maka dengan demikian keputusan memilih menjadi *member* tetap pada Sinduadi *Fitness Centre* dapat dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyke Mulyana, R. 2013. *Ilmu Kesehatan Olahraga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faidillah, K.S. 2006. *Dasar-dasar Latihan Kebugaran*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal Hasan, M. 2002. *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Komarudin. 2015. *Psikologi Olahraga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nanang Martono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. -Ed. Revisi-cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siswanto, H. B. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Smith, Aaron C. T. 2008. "Introduction to Sport Marketing". *Journal*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna & Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. -Ed. -cet. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Winandi, J. 2004. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.