

**Motivasi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pemilihan
Fitness Center sebagai Tempat Berolahraga: Studi Kasus pada Classic Gym
Klaten**

Maylinda Ekka Damayanti¹, Supawi Pawenang², Burhanuddin AY³

^{1,2,3} Universitas Islam Batik Surakarta

maylindaekkadamayanti@gmail.com, pawipawenang@gmail.com

burhanudinahmad.uniba@gmail.com

ABSTRACT.

This study aims to prove the effect of motivation, location, and service quality on the decision to choose fitness at Classic Gym Klaten partially and simultaneously. The type of research used in this study is descriptive quantitative. The population in this study were consumers of Classic Gym Klaten, amounting to 398 people. The number of samples is 100 respondents, and the sample is taken using purposive sampling method. Data analysis was performed using multiple linear regression. The results showed that the motivational had a significant and positive effect on fitness decisions at the Classic Gym in Klaten; location had a significant and positive effect on the decision to choose fitness at the Classic Gym, service quality had a significant and positive effect on fitness decisions in the Classic Gym. The coefficient of determination shows that the variables of motivation, location and service quality have an influence of 69.2% on the decision to choose fitness in a Classic Gym. The most dominant influence in the decision to choose fitness in a Classic Gym is the service quality variable because it has the largest t_{count} of 4.411.

Keywords: Motivation; Location; Service Quality

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan membuktikan pengaruh motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym Klaten. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasinya adalah para konsumen Classic Gym Klaten yang berjumlah 398 orang. Jumlah sampel berjumlah 100 responden, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan fitness di Classic Gym Klaten; begitu pula lokasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym; dan kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan fitness di Classic Gym. Koefisien determinasi menunjukkan variabel motivasi, lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 69,2% terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym. Pengaruh yang paling dominan dalam keputusan pemilihan fitness di Classic Gym adalah variabel kualitas pelayanan karena memiliki t_{hitung} paling besar yaitu 4,411.

Kata kunci: Motivasi; Lokasi; Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Gaya hidup sehat menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat umum saat ini. Berbagai cara ditempuh untuk memiliki tubuh yang sehat baik dengan mengonsumsi makanan sehat ataupun berolahraga. Perkembangan alat olahraga sekarang ini dapat digunakan oleh orang-orang yang mempunyai kesibukan dan aktivitas padat yang tidak sempat berolahraga. Tempat yang biasanya terdapat alat-alat tersebut ialah pusat kebugaran seperti *Fitness Center* atau *Gym*. Maka usaha yang bergerak dalam bidang olahraga seperti *Fitness Center* atau *Gym* bisa menjadi peluang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Fitness* merupakan olahraga untuk pembentukan otot-otot/fisik tubuh yang dilakukan secara rutin dan berperiode, dan memiliki tujuan merawat kebugaran badan dan dilakukan dengan menggunakan alat angkat beban yang diangkat sesuai kemampuan seseorang (Pratama *et al.*, 2020).

Keputusan pemilihan jasa merupakan keputusan yang diambil oleh individu pada saat harus menentukan satu pilihan dari sekian banyak pilihan jasa yang tersedia. Menurut Prasetyo, (2016) terciptanya suatu pembelian atau pemilihan konsumen disebabkan adanya keinginan dan kebutuhan.

Menurut Prasetyo, (2016) motivasi merupakan dorongan atau pun kehendak yang membuat seseorang bertindak sesuatu supaya memperoleh tujuan yang diinginkannya tersebut. Tercapainya suatu tujuan, masyarakat harus memahami pentingnya kesadaran dalam melakukan olahraga untuk menjaga kebugaran yang lahir dari motivasi dari luar atau dalam diri sendiri, motivasi mengambil peranan penting yang menentukan aktivitas untuk berolahraga (Pratama *et al.*, 2020).

Lokasi juga sangat penting dalam keputusan pemilihan. Lokasi merupakan tempat untuk perdagangan yang strategis dekat dengan jangkauan masyarakat dalam segi ekonomi untuk melakukan jual beli barang dan jasa (Nanang & Pasharibu, 2021). Lokasi yang strategis dan mudah ditemui calon konsumen dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi strategis yang dimaksud disini adalah yang mudah dijangkau dan diakses sebab tersedianya mode transportasi (Achmadi *et al.*, 2018)

Kualitas pelayanan menjadi bagian terpenting di dalam mempengaruhi konsumen supaya tercipta suatu keputusan beli (Fuadi *et al.*, 2019). Dengan kata lain pelayanan adalah salah satu hal penting dalam mengembangkan usaha apa pun (Handayani & Taufik, 2017). Suatu mutu bisa dikatakan baik jika penyedia jasa mampu memberi layanan lebih dari yang dikehendaki oleh konsumen (Putra & Hidayat, 2018). Baik dan buruknya kualitas pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa bergantung kepada kemampuan yang dimiliki penyedia jasa tersebut dalam mencukupi kehendak konsumen (Kurniawan, 2018).

Sesuai uraian diatas, tujuan penelitian ini: 1) Guna mengetahui pengaruh motivasi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym Klaten;

2) Guna mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym Klaten; 3) Guna mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym Klaten; 4) Guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym Klaten.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Proses analisis data kuantitatif diolah dengan software SPSS versi 20. Penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* dan teknik sampel *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah member Classic Gym yang berjumlah 398. Sampel penelitian ini adalah konsumen member Classic Gym yang sudah lebih dari 5 kali fitness di Classic Gym. Penentuan jumlah sample menggunakan pendapat Arikunto, (2011), jika populasinya kurang dari 100, diambil semuanya; dan jika populasinya lebih dari 100, diambil 10%-15% atau 20%-25%. Konsumen Classic Gym sebanyak 398 member, diambil 25% dari populasi hingga diperoleh jumlah sampel $25\% \times 328 \text{ member} = 99,5 \text{ member}$. Berdasar perhitungan menggunakan rumus tersebut, didapat jumlah sampel 99,5 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Nilai atau pun sifat berasal dari seseorang, objek ataupun tindakan yang memiliki macam tertentu yang ditetapkan peneliti guna dikaji dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan variabel terikat dan bebas.

1. Variabel Terikat yakni Keputusan Pemilihan.
2. Variabel Bebasnya yaitu Motivasi, Lokasi serta Kualitas Pelayanan.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Peneliti menggunakan *method* kuesioner didalam pengumpulan data yang akan diberikan pada semua konsumen Classic Gym yang menjadi sampel penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2017) kuesioner merupakan metode pengumpulan data menggunakan langkah membuat beberapa pernyataan maupun pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Selanjutnya untuk menganalisis data dengan menguji kualitas data yaitu uji reliabilitas dan validitas. selanjutnya uji asumsi klasik yaitu normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan uji f, uji t, regresi linear berganda, (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas data

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Keputusan Pemilihan (Y)	Y.a	0,700	0,4438	Valid
		Y.b	0,582	0,4438	Valid
		Y.c	0,591	0,4438	Valid
		Y.d	0,849	0,4438	Valid
		Y.e	0,849	0,4438	Valid
2.	Motivasi (X1)	X1.a	0,683	0,4438	Valid
		X1.b	0,650	0,4438	Valid
		X1.c	0,538	0,4438	Valid
		X1.d	0,770	0,4438	Valid
		X1.e	0,768	0,4438	Valid
3.	Lokasi (X2)	X2.a	0,657	0,4438	Valid
		X2.b	0,682	0,4438	Valid
		X2.c	0,861	0,4438	Valid
		X2.d	0,861	0,4438	Valid
		X2.e	0,801	0,4438	Valid
4.	Kualitas Pelayanan (X3)	X3.a	0,778	0,4438	Valid
		X3.b	0,693	0,4438	Valid
		X3.c	0,748	0,4438	Valid
		X3.d	0,816	0,4438	Valid
		X3.e	0,842	0,4438	Valid

Sumber: Data SPSS, diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1 disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan membuktikan bahwasanya keseluruhan data valid sebab tiap pertanyaan bernilai *Pearson Correlation* (r_{hitung}) > 0,4438 (r_{tabel}).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Keputusan Pemilihan	0,878	Cronbach Alpha > 0,60 dikatakan Reliabel	Reliabel
Motivasi	0,856		Reliabel
Lokasi	0,905		Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,909		Reliabel
			Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2021

Sesuai tabel 2 uji reliabilitas keseluruhan item instrumen reliabel, sebab bernilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dari hasil tabel 3 Asymp. Sign, (2-tailed) bernilai 0,609 atau lebih 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwasanya residual dari persamaan regresi ini terdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{ab}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.42946846
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.076
	Negative	-.073
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.609

Sumber: Hasil output SPSS, 2021

Uji Multikolinieritas

Dari tabel 4 membuktikan bahwasanya keseluruhan variabel independen bernilai toleransi > 0,1 serta VIF bernilai < 10, maka gejala multikolinieritas tidak ada.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Std	VIF	Std	Keterangan
Motivasi	0,601	>0,1	<10	1,662	Tidak ada multikolinieritas
Lokasi	0,540	>0,1	<10	1,852	Tidak ada multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,519	>0,1	<10	1,928	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Hasil output SPSS, 2021

Uji Heterokedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	P-value	Keterangan
Motivasi	0,134	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Lokasi	0,452	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,898	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Hasil output SPSS, 2021

Tabel 5 menunjukkan jika nilai p-value dari seluruhnya melebihi 0,05, sebab itu disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak ada masalah heterokedastisitas.

Teknik Analisis Data

Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t_{hitung}	Sig t
Constant	0,615	0,491	0,625
Motivasi	0,329	4,355	0,000
Lokasi	0,328	4,299	0,000
Kualitas Pelayanan	0,348	4,411	0,000

Sumber: Hasil output SPSS, 2021

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keterangan
Motivasi	4,355	1,984	0,000	H_0 ditolak
Lokasi	4,299	1,984	0,000	H_0 ditolak
Kualitas Pelayanan	4,411	1,984	0,000	H_0 ditolak

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Sesuai tabel 8 terlihat bahwa motivasi mempengaruhi keputusan pemilihan secara parsial sebab tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan lokasi mempengaruhi keputusan pemilihan dengan parsial karena signifikansi dengan nilai $0,000 < 0,005$. Kemudian kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pemilihan secara parsial karena signifikansi senilai $0,000 < 0,05$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Hasil Uji (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin Watson
1	.838 ^a	.702	.692	1,719

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 9 di atas (R^2) senilai 0,692. Simpulannya jika variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen senilai 69,2%; sementara sisanya senilai 30,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Sesuai uji F nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($75,287 > 2,69$) serta nilai sign. uji F kurang 0,05 yakni 0,000, membuktikan H_0 ditolak, dan variabel bebas secara simultan berdampak variabel terikat secara signifikan di Classic Gym. Maka, hipotesis 1 kebenarannya terbukti.

Dari hasil uji R^2 dilihat nilainya sebesar 0,692, maka dibuktikan bahwasanya variabel bebas terhadap variabel terikat senilai 69,2% sementara untuk sisa senilai 30,8% dipengaruhi faktor lain.

Simpulan yang didapatkan sesuai hasil uji t diatas yakni nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh di antara variabel terikat dengan variabel bebas.

1. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pemilihan fitness di Classic Gym Klaten.

Pengaruh signifikan serta positif diberikan oleh variabel X_1 pada variabel Y di Classic Gym. Dilihat dari t_{hitung} senilai 4,355 tingkat signifikansi senilai 0,000 serta memiliki nilai positif regresi senilai 0,329. Maka dari itu hipotesis 2 kebenarannya terbukti.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Fuadi et al., (2019) yang membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan fitness di Classic Gym.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pemilihan fitness di Classic Gym Klaten.

Secara parsial variabel lokasi mempengaruhi keputusan pemilihan fitness di Classic Gym secara signifikan serta positif. Terlihat dari t_{hitung} sebesar 4,299 tingkat signifikansi 0,000 serta memiliki nilai positif regresi 0,328. Maka hipotesis 3 terbukti kebenarannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Handayani & Taufik, (2017); Putra & Hidayat, (2018) yang membuktikan bahwasanya lokasi mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan fitness di Classic Gym.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pemilihan fitness di Classic Gym.

Secara parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemilihan fitness di Classic Gym secara signifikan dan positif. Terlihat dari t_{hitung} sebesar 4,411 tingkat signifikansi 0,000 serta memiliki nilai positif regresi 0,348. Maka hipotesis 3 terbukti kebenarannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Handayani & Taufik, 2017; Hidayah et al., 2019; Pratama et al., 2020; Putra & Hidayat, 2018; Sulaeman et al., 2021) yang membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan fitness di Classic Gym.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai hasil serta analisis penelitian ini maka kesimpulan yang diberikan peneliti adalah: membuktikan hasil Uji F bahwasanya variabel Motivasi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama dan simultan mempengaruhi variabel keputusan pemilihan fitnes di Classic Gym secara positif dan signifikan.

Pengujian t membuktikan bahwasanya secara positif dan signifikan variabel (X_1) berpengaruh pada keputusan pemilihan fitnes di Classic Gym. Berarti jika motivasi baik maka makin kuat keputusan pemilihan. Sementara untuk variabel (X_2) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pemilihan fitnes di Classic Gym. Membuktikan bila lokasi baik maka makin kuat keputusan pemilihan.

Hasil perhitungan regresi bahwa Adjusted R Square senilai 0,692. Artinya 69,2% variasi variabel terikat bisa dijabarkan variabel bebas. Kemudian sisa sebesar 30,8% dipengaruhi faktor lain.

Saran yang diberikan berdasarkan kesimpulan di atas, sebaiknya Classic Gym mempertahankan dan menjaga kualitas pelayanan agar mendapatkan konsumen baru, dan konsumen yang lama tetap bertahan. Kemudian, meningkatkan kualitas teknis hingga bisa lebih unggul dari para pesaing. Bagi peneliti berikutnya diharapkan bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan rujukan di dalam melakukan penelitian mengenai motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan. Sehingga penelitian berikutnya akan lebih baik bisa menambahkan maupun mengkombinasikan dengan variabel yang belum disertakan di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Achmadi, R., Dominggos, G., & Nendisa, J., (2018). Pengaruh Lokasi dan Motivasi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Alam Curug Gongseng Kuningan Jawa Barat. *Jurnal Eduturisma*, 3(1), 41–48.
<https://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1195>

Fuadi, N., Khairawati, S., & Sasono, H. (2019). Pengaruh Store Layout, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Rasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19, 85–97.

Handayani, S.B., & Taufik, M. (2017). Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan (Studi Kasus pada Warga Kos di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 24(43). <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/301>

Hidayah, A., Malarangan, H., & Fatma, F. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan,

dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syari'ah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 19–38.
<https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/article/view/10>

Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.
<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/328>

Nanang, N., & Pasharibu, Y. (2021). Brand image, Lokasi, dan Fasilitas Sport Club Gym terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5, 128–135.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/33188>

Prasetyo, D. Y. (2016). *Pengaruh motif, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pemilihan fitness center (studi pada member Fitness Center Best Gym Malang)*. [Skripsi, Universitas Negeri Malang]. UPT Perpustakaan UM.
<http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=75999>

Pratama, D. R., Hidayah, T., & Setyawati, H. (2020). Pengaruh Motivasi dan Kualitas Layanan Personal Trainer terhadap Keputusan Menjadi Member Fitness Center. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 6(1), 27–34.

Putra, T. R., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap di Hotel Maumu Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–16.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1161>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sulaeman, A., Komarudin, K., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Pada PT. Kawansakti Adhisejahtera Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 1(1), 68–75.
<https://doi.org/10.32493/arastirma.v1i1.10063>