

PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN *FITNESS CENTER HEALTH AND SPORT CENTER (HSC) UNY* TERHADAP KEPUASAN *MEMBER*

Nisrina Aulia Salsabila¹, Prijo Sudibjo^{1*}, Yulvia Miftachurochmah²

¹ Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta

² Olahraga dan Kesehatan, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Yogyakarta

Email: nisrina13fik.2018@student.uny.ac.id; *prijo_sudibyo@uny.ac.id;
yulviamiftachurochmah.2022@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan *Fitness Center HSC UNY* terhadap kepuasan *member*. Kualitas layanan didasarkan pada dimensi kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan atau jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*), dan tampilan fisik atau berwujud (*tangibles*). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah *member Fitness Center HSC UNY* yang berjumlah 154 orang. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria (1) pernah fitness di *HSC UNY* minimal 1 kali, (2) bersedia menjadi sampel, (3) mengembalikan angket yang telah diberikan peneliti. Berdasarkan kriteria tersebut yang memenuhi berjumlah 97 orang. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 32,64%. (2) Ada pengaruh yang signifikan ketanggapan *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 14,93%. (3) Ada pengaruh yang signifikan keyakinan *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 15,63%. (4) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 10,60%. (5) Ada pengaruh yang signifikan tampilan fisik *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 9,91%. (6) Ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan *Fitness Center HSC* terhadap tingkat kepuasan *member*, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 66,70%.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan *member*, *HSC UNY*.

EFFECT OF THE LEVEL OF SERVICE QUALITY OF *FITNESS CENTER HEALTH AND SPORT CENTER (HSC) UNY* TOWARDS THE MEMBERS' SATISFACTION

Abstract

This research aims to determine the effect of the level of the service quality of the *UNY HSC Fitness Center* towards the members' satisfaction. Service quality is based on the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical appearance or tangibles. The type of research was the quantitative study with an *ex post facto* approach. The research population was 154 members of the *HSC UNY Fitness Center*. The sampling technique used the *purposive sampling*, with the criteria: (1) had done the exercise at *HSC UNY* at least 1 time, (2) were willing to be a sample, (3) returned the questionnaire that the researcher had given. Based on these criteria, there were 97 people who fulfilled it. The research instrument was a questionnaire. The data analysis technique used multiple regression analysis. The results show that (1) there is a significant effect of the reliability of the *HSC Fitness Center* towards the level of members' satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 32.64%. (2) There is a significant effect of the responsiveness of the *HSC Fitness Center* on the level of members' satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 14.93%. (3) There is a significant effect of *HSC Fitness Center* beliefs

on the level of member satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 15.63%. (4) There is a significant effect of the reliability of the HSC Fitness Center on the level of member satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 10.60%. (5) There is a significant effect of the physical appearance of the HSC Fitness Center towards the level of member satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 9.91%. (6) There is a significant effect of the service quality of HSC Fitness Center towards the level of members' satisfaction, with a p value < 0.05 and a contribution of 66.70%.

Keywords: service quality, member satisfaction, HSC UNY.

PENDAHULUAN

Menjaga kesehatan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap orang salah satu alternatif yang bisa dilakukan adalah *Fitness*. *Fitness center* adalah salah satu tempat olahraga modern yang menyediakan bermacam-macam alat dan fasilitas kebugaran (Cynthia, dkk., 2018: 563).

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan pesat membuat dapat mengubah pola berpikir seseorang dalam menilai kualitas suatu jasa yang diterima. Di Yogyakarta sendiri banyak terdapat *Fitness Center* mulai dari yang kecil hingga berkelas. Alat-alat yang ada di dalam *Fitness Center* bermacam-macam jenisnya, dari mesin dan ada juga yang *free wieght*.

Yogyakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki banyak pilihan pusat kebugaran mulai dari tarif murah hingga tempat *fitness* mewah yang berada di hotel-hotel berbintang. Perkembangan *Fitness Center* dikota Yogyakarta berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa *Fitness Center* berskala besar dengan skala industri, berada di lokasi-lokasi yang sangat strategis seperti dalam pusat perbelanjaan ternama di kota Yogyakarta, tentunya hal ini berbanding lurus dengan perubahan gaya hidup masyarakat kota Yogyakarta yang semakin maju serta pandangan akan gaya hidup sehat yang semakin meningkat.

Penyediaan sarana prasarana *Fitness Center* dengan konsep *Mega gym*, adalah jenis *gym* yang bisa mencakup cukup banyak kebutuhan olahraga mulai dari jenis latihan, alat-alat latihan, keuntungan *membership*, sampai ke pilihan pelatih, didasarkan pada bukti berdirinya beberapa *Fitness Center* besar di kota Yogyakarta yang salah satu contohnya seperti *Fitness Center Health and Sport Center (HSC)* Universitas Negeri Yogyakarta. Pelayanan dan

fasilitas *Fitness Center* adalah sebuah hal yang sangat penting dalam berdirinya *Fitness Center*, semakin lengkap dan canggih peralatan yang digunakan untuk latihan fisik, akan semakin menarik minat orang untuk masuk *Fitness Center* tersebut.

Pelayanan dan fasilitas *Fitness Center* adalah sebuah hal yang sangat penting dalam berdirinya *Fitness Center*, karena pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap sangat berpengaruh terhadap pelanggan atau member yang sebenarnya adalah tombak dalam bisnis *Fitness Center* (Yuniana & Nasrulloh, 2019: 41). Hal ini juga berpengaruh terhadap pengembangan alat-alat *fitness* dan sarana prasarana yang menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya industri *Fitness Center*.

Semakin lengkap dan canggih peralatan yang digunakan untuk latihan fisik, akan semakin menarik minat orang untuk masuk *Fitness Center* tersebut. Tetapi alat kelengkapan itu harus diimbangi dengan kemampuan instruktur juga harus disertai dengan kecanggihan monitoring sistem pendataan yang teratur dan baik. Berhubungan dengan kenyamanan, pelayanan yang baik, keamanan, keselamatan, keteraturan, sarana, dan prasarana yang lengkap dan modern didukung dengan manajemen yang berkualitas.

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kenyataan dengan harapan (Sari & Ratnawili, 2021: 347). Kepuasan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan terpenuhi. Kepuasan pelanggan pada bisnis jasa memiliki pengaruh yang cukup besar pada kelangsungan bisnis jasa selanjutnya. Dimana kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dengan kemungkinan besar untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Selain itu, pelanggan yang merasa puas akan cenderung untuk memberikan

referensi yang baik terhadap jasa yang dipergunakan kepada orang lain.

Kualitas pelayanan berperan penting dalam memberi kepuasan pada pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika bisa menjangkau atau melampaui persepsi pihak perusahaan begitu pula sebaliknya, sehingga kecil kemungkinan pelanggan berpindah ke tempat fitness lain. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu, reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*) (Meutia & Andiny, 2019: 2; Sholiha, 2022: 424). Pelayanan suatu *Fitness Center* sangatlah perlu diperhatikan guna untuk menarik dan memberikan kepuasan terhadap *member* yang sedang latihan maupun calon-calon *member* yang ingin mendaftar menjadi *member* di *Fitness Center* tersebut.

Pelayanan *Fitness Center* bisa berupa pelayanan secara fisik (tampak) maupun pelayanan secara non fisik (tidak tampak). Pelayanan non fisik bisa seperti keramahan tamahan karyawan *Fitness* tersebut, ilmu yang diberikan instruktur, metode latihan yang disediakan, konsultasi yang yang diberikan instruktur dan lain sebagainya. pelayanan secara fisik bisa berupa tempat *Fitness* yang Nyaman, sampai dengan instruktur yang kompeten. Semua harus dalam suatu tempat *Fitness* atau pusat kebugaran, maka dari itu calon *member* yang ingin bergabung merasa nyaman dan bisa mencapai tujuan dari keinginan masuk ke *Fitness Center*.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan hidup dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggannya. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan masa kini menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Di dalam persaingan saat ini, perusahaan-perusahaan berupaya memberikan kepuasan pelanggan, karena berdampak mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang dan memerlukan biaya yang lebih murah dari pada mencari dan menarik pelanggan yang baru.

Fitness Center HSC UNY menyediakan fasilitas yang dapat mendukung kelancaran dan kenyamanan konsumen yaitu bangunan gedung tempat berlangsungnya latihan, berbagai macam

peralatan beban dan *cardio* dan sarana prasarana pendukung lainnya seperti *locker* dan tempat parkir yang cukup luas. Bagi pihak manajemen mengetahui keinginan dan kebutuhan *member* adalah hal utama, untuk itu manajemen perlu mendapatkan input dari konsumen berupa harapan akan jasa yang diinginkan. Kondisi ini sangat membantu manajemen untuk mendeskripsikan dan mewujudkan kedalam spesifikasi kualitas pelayanan, sedangkan penilaian pelanggan yang kurang baik terhadap pelayanan perlu menjadi perhatian pihak manajemen, karena hal ini mencerminkan tingkat kepuasan *member* yang masih kurang terhadap pelayanan yang dirasakan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penurunan jumlah *member*.

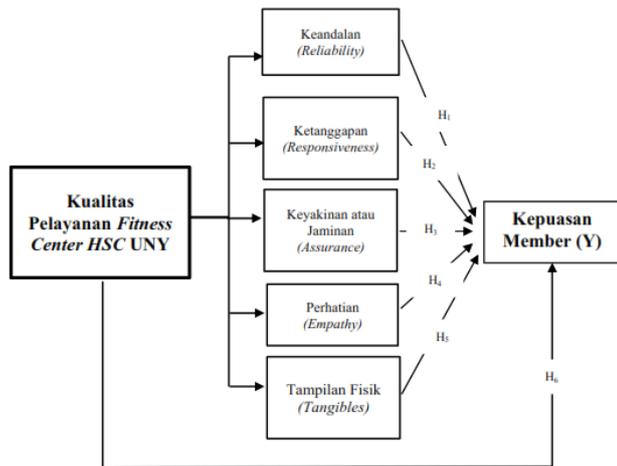
Beberapa hasil penelitian terdahulu di antaranya penelitian Wibowo & Muflihah (2022), Hulasoh & Fadillah (2022), Muzayyin & Fithroni (2019), Liangto, dkk., (2021) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan *Fitness Center* HSC UNY terhadap Kepuasan *Member*".

Adapun tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh kehandalan *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*, 2) Untuk mengetahui pengaruh ketanggapan *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*, 3) Untuk mengetahui pengaruh keyakinan atau jaminan *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*, 4) Untuk mengetahui pengaruh perhatian *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*, 5) Untuk mengetahui pengaruh tampilan fisik atau berwujud *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*, 6) Untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan *Fitness Center* HSC UNY terhadap kepuasan *member*.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*. Populasi dalam penelitian adalah *member Fitness Center HSC UNY* yang berjumlah 154 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*.

Bertempat di Fitness Center HSC UNY yang beralamat di Jl. Colombo No. 1 Yogyakarta.



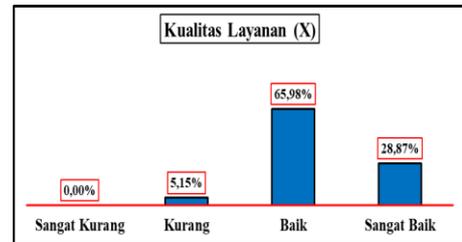
Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Lupiyoadi (2018). Kualitas pelayanan meliputi 10 item pertanyaan dengan indikator meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Instrumen diadopsi dari penelitian Sukarno Awlya Putra (2022) dengan validitas sebesar 0,785 dan reliabilitas sebesar 0,936. Instrumen untuk mengukur kepuasan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Consuegra (2007). Pengukuran kepuasan meliputi 12 item pertanyaan dengan indikator meliputi kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Instrumen diadopsi dari penelitian Sukarno Awlya Putra (2022) dengan validitas sebesar 0,975 dan reliabilitas sebesar 0,976.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif, uji prasyarat, uji F, uji t, koefisien determinasi. Analisis data menggunakan program SPSS 23.

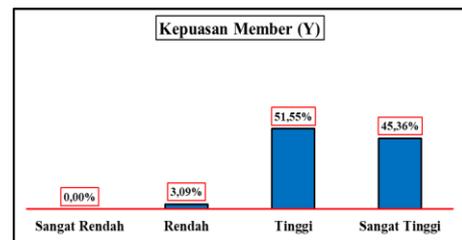
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas layanan *Fitness Center*. Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa kualitas layanan *Fitness Center* HSC berada pada kategori “sangat kurang” sebesar 0,00% (0 member), “kurang” sebesar 5,15% (0 member), “baik” sebesar 65,98% (64 member), dan “sangat baik” 28,87% (28 member). Kepuasan

member *Fitness Center* HSC dapat disajikan pada Gambar 2 sebagai berikut. Kepuasan member *Fitness Center* HSC berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 0,00% (0 member), “rendah” sebesar 3,09% (3 member), “tinggi” sebesar 51,55% (50 member), dan “sangat tinggi” 45,36% (54 member).



Gambar 1. Histogram Kualitas Layanan (X)



Gambar 2. Histogram Kepuasan Member (Y)

Berdasarkan analisis statistik uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 1, didapat hasil uji normalitas dengan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* yaitu 0,241 lebih besar dari 0,05, yang berarti data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.24684112
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.142
	Positive	.084
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.395
Asymp. Sig. (2-tailed)		.241

Dari Tabel 2, terlihat bahwa hubungan Kualitas pelayanan yang terdiri atas: Keandalan (*Reliability*) (X_1), Ketanggapan (*Responsiveness*)

(X₂), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) (X₃), Perhatian (*Empathy*) (X₄), Tampilan Fisik (*Tangibles*) (X₅) terhadap Kepuasan Member (Y) nilai signifikansi (*p*) > 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Leneartitas

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pasien (Y) Between Groups (Combined)	1618.149	9	179.794	9.849	.000
* Keandalan (Reliability) (X1) Linearity	1227.976	1	1227.976	67.266	.000
Deviation from Linearity	390.173	8	48.772	2.672	.111
Within Groups	1588.223	87	18.255		
Total	3206.371	96			

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pasien (Y) Between Groups (Combined)	681.393	9	75.710	2.609	.010
* Ketanggapan (Responsiveness) (X2) Linearity	483.643	1	483.643	16.664	.000
Deviation from Linearity	197.750	8	24.719	.852	.560
Within Groups	2524.978	87	29.023		
Total	3206.371	96			

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pasien (Y) Between Groups (Combined)	1068.960	8	133.620	5.501	.000
* Keyakinan atau Jaminan (Assurance) (X3) Linearity	811.949	1	811.949	33.429	.000
Deviation from Linearity	257.011	7	36.716	1.512	.174
Within Groups	2137.411	88	24.289		
Total	3206.371	96			

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pasien (Y) * Perhatian (Empathy) (X4) Between Groups (Combined)	899.063	11	81.733	3.011	.002
Linearity	662.779	1	662.779	24.416	.000
Deviation from Linearity	236.284	10	23.628	.870	.564
Within Groups	2307.308	85	27.145		
Total	3206.371	96			

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pasien (Y) * Tampilan Fisik (Tangibles) (X5) Between Groups (Combined)	727.153	8	90.894	3.226	.003
Linearity	627.747	1	627.747	22.282	.000
Deviation from Linearity	99.406	7	14.201	.504	.829
Within Groups	2479.218	88	28.173		
Total	3206.371	96			

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel Keandalan (*Reliability*) (X₁), Ketanggapan (*Responsiveness*) (X₂), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) (X₃), Perhatian (*Empathy*) (X₄), Tampilan Fisik (*Tangibles*) (X₅) memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai *sig. (2-tailed)* variabel Keandalan (*Reliability*) (X₁), Ketanggapan (*Responsiveness*) (X₂), Keyakinan (*Assurance*) (X₃), Perhatian (*Empathy*) (X₄), Tampilan Fisik (*Tangibles*) (X₅) memiliki nilai *sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, sehingga

dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.810	3.758		1.546	.126		
Keandalan (Reliability) (X1)	1.358	.156	.541	8.719	.000	.900	1.111
Ketanggapan (Responsiveness) (X2)	.703	.196	.263	3.577	.001	.642	1.559
Keyakinan atau Jaminan (Assurance) (X3)	.666	.212	.212	3.137	.002	.756	1.323
Perhatian (Empathy) (X4)	.389	.162	.159	2.401	.018	.787	1.271
Tampilan Fisik (Tangibles) (X5)	.536	.260	.153	2.063	.042	.628	1.593

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
	Keandalan (Reliability) (X1)	Ketanggapan (Responsiveness) (X2)	Keyakinan atau Jaminan (Assurance) (X3)	Perhatian (Empathy) (X4)	Tampilan Fisik (Tangibles) (X5)	Unstandardized Residual
Spearman's rho						
Keandalan (Reliability) (X1)	1.000	-.064	.249 [*]	.243 [*]	.099	-.069
Keandalan (Reliability) (X1) Sig. (2-tailed)		.536	.014	.017	.335	.503
N	97	97	97	97	97	97
Ketanggapan (Responsiveness) (X2)	-.064	1.000	.157	.151	.586 ^{**}	-.041
Ketanggapan (Responsiveness) (X2) Sig. (2-tailed)	.536		.124	.140	.000	.693
N	97	97	97	97	97	97
Keyakinan atau Jaminan (Assurance) (X3)	.249 [*]	.157	1.000	.421 ^{**}	.238 [*]	.067
Keyakinan atau Jaminan (Assurance) (X3) Sig. (2-tailed)	.014	.124		.000	.019	.512
N	97	97	97	97	97	97
Perhatian (Empathy) (X4)	.243 [*]	.151	.421 ^{**}	1.000	.133	.211
Perhatian (Empathy) (X4) Sig. (2-tailed)	.017	.140	.000		.192	.138
N	97	97	97	97	97	97
Tampilan Fisik (Tangibles) (X5)	.099	.586 ^{**}	.238 [*]	.133	1.000	-.144
Tampilan Fisik (Tangibles) (X5) Sig. (2-tailed)	.335	.000	.019	.192		.160
N	97	97	97	97	97	97
Unstandardized Residual	-.069	-.041	.067	.211 [*]	-.144	1.000
Unstandardized Residual Sig. (2-tailed)	.503	.693	.512	.038	.160	
N	97	97	97	97	97	97

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Berdasarkan Tabel 5, Variabel Keandalan (*Reliability*) (X₁) didapatkan nilai t_{hitung} 8,719 > t_{tabel} 1,662, signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak, artinya H₁ yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan keandalan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member” diterima. Bernilai positif, artinya jika Keandalan (*Reliability*) semakin baik, maka Kepuasan Member juga akan semakin tinggi. Variabel Ketanggapan (*Responsiveness*) (X₂) didapatkan nilai t_{hitung} 3,577 lebih besar dari t_{tabel} 1,662, signifikansi 0,001 atau kurang dari

0,05, maka H_0 ditolak, artinya H_2 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan ketanggapan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member” diterima. Bernilai positif, artinya jika Ketanggapan (*Responsiveness*) semakin baik, maka Kepuasan Member juga akan semakin tinggi. Variabel Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) (X_3) didapatkan nilai $t_{hitung} 3,137 > t_{tabel} 1,662$, signifikansi 0,018 atau kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak, artinya H_3 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan keyakinan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member” diterima. Bernilai positif, artinya jika Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) semakin baik, maka Kepuasan Member juga akan semakin tinggi. Variabel Perhatian (*Empathy*) (X_4) didapatkan nilai $t_{hitung} 2,401 > t_{tabel} 1,662$, signifikansi 0,018 atau kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak, artinya H_4 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan perhatian *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member” diterima. Bernilai positif, artinya jika Perhatian (*Empathy*) semakin baik, maka Kepuasan Member juga akan semakin tinggi. Variabel Tampilan Fisik (*Tangibles*) (X_5) didapatkan nilai $t_{hitung} 2,063 > t_{tabel} 1,662$, signifikansi 0,042 atau kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak, artinya H_1 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member” diterima. Bernilai positif, artinya jika Tampilan Fisik (*Tangibles*) semakin baik, maka Kepuasan Member juga akan semakin tinggi.

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Parsial (*t test*)

No	Variabel	t	sig
1	Keandalan (<i>Reliability</i>) (X_1)	8,719	,000
2	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) (X_2)	3,577	,001
3	Keyakinan/Jaminan (<i>Assurance</i>) (X_3)	3,137	,002
4	Perhatian (<i>Empathy</i>) (X_4)	2,401	,018
5	Tampilan Fisik (<i>Tangibles</i>) (X_5)	2,063	,042

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6, didapatkan nilai $F_{hitung} 39,462$ dan nilai signifikansi (sig) 0,000. Karena nilai nilai signifikansi 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan Koefisien Determinasi (R^2) pada Tabel 7, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,667.

Hal ini berarti sumbangan variabel kualitas layanan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member sebesar 66,70%, sedangkan sisanya sebesar 33,30% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Member (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2194.341	5	438.868	39.462	.000 ^b
	Residual	1012.030	91	11.121		
	Total	3206.371	96			

a. Predictors: (Constant), Tampilan Fisik (*Tangibles*) (X_5), Keandalan (*Reliability*) (X_1), Perhatian (*Empathy*) (X_4), Keyakinan atau Jaminan (*Assurance*) (X_3), Ketanggapan (*Responsiveness*) (X_2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien (Y)

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,827 ^a	0,684	0,667	3,33485

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 32,64%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robustin (2016) bahwa variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Penelitian Rosalia & Purnawati (2018) menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Verawaty, dkk., (2022) menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Usaha di bidang jasa harus mengutamakan kualitas layanan yang maksimal dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Semua pelayanan tersebut harus konsisten dari waktu ke waktu, karena jika terjadi perubahan sedikit saja perusahaan dapat kehilangan member. Kehandalan yang diberikan oleh *Fitness Center* HSC diantaranya adalah buka dan tutup fitness tepat waktu, selalu memberikan informasi yang jelas dan menyediakan suplemen yang lengkap sesuai kebutuhan para member. Semua kehandalan tersebut bertujuan supaya para member puas dengan pelayanan yang diberikan *Fitness Center* HSC. Inti pelayanan keandalan

adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang andal, mengetahui mengenai seluk-beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan ketanggapan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 14,93%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robustin (2016) bahwa variabel ketanggapan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Penelitian Risalia & Purnawati (2018) menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Verawaty, dkk., (2022) menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Hal ini berarti faktor *Responsiveness* (Daya Tanggap) yang diukur melalui instruktur *Fitness Center* HSC selalu membantu anggota/member dalam latihan, Instruktur *Fitness Center* HSC selalu ramah dan sopan dalam melayani anggota/member, dan *Fitness Center* HSC selalu mendukung member merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan member *Fitness Center* HSC. Ramah dalam komunikasi yang efektif apabila member dapat mengerti akan apa yang disampaikan para *front-line* staf secara profesional dan kompetensi (*Competence*) serta memiliki kredibilitas (*Credibility*) reputasi dalam menciptakan kepercayaan member, keamanan (*Security*) member akan merasa aman apabila perusahaan jujur dalam melayani serta perilaku sopan santun (*Courtesy*). Kemauan untuk membantu pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada member, dengan penyampaian informasi yang jelas. Ketanggapan

(*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif dan tepat kepada member, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Dwikesumasari & Nugraha, 2019: 74).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan keyakinan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 15,63%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robustin (2016) bahwa variabel keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Penelitian Rosalia & Purnawati (2018) menunjukkan bahwa keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Verawaty, dkk., (2022) menunjukkan bahwa keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Hal ini berarti faktor *Assurance Fitness Center* HSC terjamin keamanan dan kenyamanannya. *Fitness Center* HSC menjamin keselamatan anggota/member pada saat latihan, *Fitness Center* HSC menjamin keselamatan kendaraan yang dibawa anggota/member, dan *Fitness Center* HSC memiliki kemampuan yang baik dalam menanggapi saran dan keluhan anggota/member merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan member *Fitness Center* HSC. Kristi & Nasrulloh (2014: 3) berpendapat bahwa keamanan dan keselamatan member merupakan faktor penting yang harus diutamakan karena dengan memakai peralatan fitness tanpa mengetahui dan mempunyai pengalaman dalam penggunaan dapat beresiko terjadi cedera, sehingga dalam ruangan perlu menciptakan situasi yang aman dan nyaman. Konsumen juga memiliki kebutuhan akan keamanan dan kenyamanan dalam berolahraga dan kebutuhan akan kebebasan dalam menyampaikan keluhan atau saran, dengan alasan tersebut, maka *Fitness Center* HSC selalu

menjamin keselamatan para member pada saat berolahraga, dan kendaraan yang dibawapun juga terjamin keamanannya. Selain itu, komunikasi terbuka antara pemilik dan para member selalu dijaga dengan baik, hal ini dibuktikan dengan menerima setiap kritik atau saran yang diberikan kepada para member. Hal-hal tersebut bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada para member.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan perhatian *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 10,60%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robustin (2016) menunjukkan variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Penelitian Verawaty, dkk., (2022) menunjukkan bahwa perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Risalia & Purnawati (2018) menunjukkan bahwa perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. *Fitness Center* HSC dalam memberikan kepuasan dan mempertahankan para membernya, setiap tahun memberikan hadiah atau bonus kepada para membernya. Dengan strategi tersebut, maka para member akan merasa diperhatikan dan senang. pusat kebugaran (*fitness centre*) yang ada, banyak menawarkan program kebugaran jasmani (*physical fitness*), penurunan berat badan (*fat lose*), penambahan berat badan (*weight gain*), pengencangan (*body shaping*), pembentukan otot tubuh (hipertrofi), senam aerobik (Purwanto & Nasrulloh, 2017: 2; Lestari & Nasrulloh, 2018: 91).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tampilan fisik *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 9,91%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robustin (2016) secara simultan variabel tampilan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Penelitian Risalia & Purnawati (2018) menunjukkan bahwa tampilan fisik berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Verawaty, dkk., (2022) menunjukkan bahwa tampilan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 66,70%. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Robustin (2016) secara simultan variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym. Nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 87,2% berarti variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap perubahan variabel kepuasan dan sisanya 12,8% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Sumbangan paling tinggi yaitu variabel Keandalan (*Reliability*) sebesar 32,64%. Atas hasil ini, *Fitness Center* HSC diharapkan dapat mempertahankan bahkan lebih meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan member menjadi lebih baik. Sumbangan paling rendah pada variabel Tampilan Fisik (*Tangibles*), yaitu sebesar 6,61%. Atas hasil ini, *Fitness Center* HSC diharapkan lebih meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan member menjadi lebih baik. Seperti yang diungkapkan Tjiptono (2018: 38), bahwa bukti fisik (*tangible*) merupakan

meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Kualitas layanan yang dapat diartikan sebagai upaya dari pemilik jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan dengan harapan pelayanan yang diberikan dapat memuaskan. Kualitas layanan/kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi member. Setiap perusahaan harus melakukan pelayanan dengan baik dan terus meningkatkan kualitasnya secara konsisten agar setiap ekspektasi dan keinginan yang dimiliki konsumen dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang memengaruhi daya saing bisnis. Karyawan yang dengan segera bisa menyelesaikan masalah dapat meningkatkan kepuasan member (Martono, 2019: 27).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan, bahwa ; 1) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 32,64%, 2) Ada pengaruh yang signifikan ketanggapan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 14,93%, 3) Ada pengaruh yang signifikan keyakinan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 15,63%, 4) Ada pengaruh yang signifikan kehandalan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 10,60%, 5) Ada pengaruh yang signifikan tampilan fisik *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 9,91%, 6) Ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan *Fitness Center* HSC terhadap tingkat kepuasan member, dengan nilai $p < 0,05$ dan sumbangan sebesar 66,70%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifputri, K., & Pramono, R. (2021). Pengaruh brand credibility terhadap word of mouth melalui customer satisfaction dan customer loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 742-752.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Bina Aksara.
- Aryamti, A. S., & Suyanto, A. M. A. (2019). Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan pelanggan klinik kecantikan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cynthia, G., Sitinjak, R. H. I., & Suryanata, L. (2018). Implementasi konsep "women oriented" pada perancangan interior fitness center khusus perempuan di Surabaya. *Intra*, 6(2), 563-571.
- Daeli, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Sukaria Makmur di Teluk Dalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisa pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ovo pada masa physical distancing. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh persepsi kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, S., & Baan, A. B. (2021). Persepsi member fitness terhadap program latihan kebugaran di Thor Gym Palu. *Tadulako Journal Sport Sciences And Physical Education*, 9(2), 80-90.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiwaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Wonosari: CV. Pustaka Ilmu.
- Hulasoh, E., & Fadillah, F. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan member Celebrity Fitness Cabang Lotte Mall, Bintaro, Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 171-179.
- Kristi, P. D., & Nasrullah, A. (2014). Efektivitas pemanfaatan sarana dan prasaranalatihan beban di Fitness Center Gor Eban Di Fitness Center Gor. *Medikora*, (1).
- Kurnianto, A. N., & Rismayanthi, C. (2015). Kesiapan profesi personal trainer dalam penyusunan program latihan dan jasa layanan yang diberikan pada members fitness di Yogyakarta. *Medikora*, 14(1).
- Lestari, A., & Nasrulloh, A. (2018). Efektivitas latihan body weight training dengan dan tanpa menggunakan resistance band terhadap penurunan berat badan dan persentase lemak. *MEDIKORA*, 17(2), 91-101.
- Liangto, T. P., Haidar, K., & Piar, C. S. (2021, December). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wong Club Fitnes di Samarinda tahun 2020. In *Educational Studies: Conference Series* (Vol. 1, No. 2).
- Marsudi, I., Amir, N., & Amiruddin, A. (2020). Pendataan alat fitness pada gym Kota Banda Aceh. *Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi*, 6(1).
- Martono, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pengguna kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *MEDIKORA*, 18(1), 27-32.
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi gojek Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294.
- Meutia, R., & Andiny, P. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien Puskesmas Langsa Lama. *Niagawan*, 8(2), 121-130.
- Musrifin, A. Y., Subagio, S., WK, D. W. C., Yundarwati, S., Bausad, A. A., Marzuki, I., & Akhmad, N. (2020). Praktik masase dan konsultasi kesehatan pada Car Freeday Kota Mataram. *Abdi Masyarakat*, 2(1).
- Muzayyin, M. U., & Fithroni, H. (2019). Analisis hubungan kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan members di Fit N Shape Workout Center Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 7(2).
- Nafisa, J., & Sukresna, I. M. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, harapan kinerja dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 78-104.
- Nasrulloh, A., Prasetyo, Y., & Apriyanto, K.D. (2018). *Dasar-dasar latihan beban*. Yogyakarta: UNY Pres.
- Pradana, M. B. V., Wahab, Z., Widad, A., & Gunarto, M. (2019). Studi kepuasan dan loyalitas nasabah melalui kualitas layanan dan citra Bank Sumsel

- Babel. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 206-219.
- Prihartanta, H. (2015). Pengaruh latihan beban dengan metode pyramid system terhadap peningkatan massa otot member fitness Cakra Sport Center. *Medikora*, 14(1), 153143.
- Purwanto, P., & Nasrulloh, A. (2017). Efektivitas latihan beban dengan metode circuit weight training dengan super set terhadap penurunan berat badan dan prosentase lemak. *MEDIKORA*, 16(1).
- Robustin, T. P. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan member Dewa Ruci Gym di Kabupaten Jember. *UNEJ e-Proceeding*, 33-51.
- Rosalia, K. J., & Purnawati, N. K. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2442-2469.
- Saputra, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan member D'oksigen Clasik Fitnes di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 955-966.
- Sari, S., & Ratnawili, R. (2021). The effect of service quality and customers' satisfaction toward loyalty of customers at Cafe Bro & Sis Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 1(3), 347-354.
- Sholiha, E. (2022). Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 424-434.
- Sidik, A. M. (2015). Sikap member fitness center Gor Fik Uny terhadap program-program latihan kebugaran. *Medikora*, 14(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73-84.
- Verawaty, V., Saeni, N., Singkeruang, A. W. T. F., Kausar, A., & Mattarima, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 238-253.
- Wibowo, S., & Muflihah, N. (2022). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual di Sanjaya Fitnes Jombang. *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri*, 1(2), 61-68.
- Yuniana, R., & Nasrulloh, A. (2019). Tingkat kepuasan members terhadap strategi pemasaran di lembah fitness centre Universitas Gajah Mada. *MEDIKORA*, 18(1), 40-48.