

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik responden, meliputi: umur, jenis kelamin dan pendidikan formal, berdasarkan jawaban responden atas *kuesioner* penelitian, serta deskripsi variabel penelitian meliputi variabel strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung

B. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu pria sebanyak 60 orang (60%) dan sisanya sebanyak 40 orang (40%) adalah wanita.

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
Pria	60	60.0
Wanita	40	40.0
Jumlah	100	100,0

Sumber: data primer diolah, 2013

b. Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase(%)
18 s/d 22 tahun	28	28.0
23 s/d 26 tahun	40	40.0
27 s/d 32 tahun	28	28.0
33 s/d 39 tahun	4	4.0
Jumlah	100	100,0

Sumber: data primer diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berumur 18 s/d 22 tahun yaitu sebanyak 28 orang (28%), diikuti umur 23 s/d 26 tahun sebanyak 40 orang (40,0%), diikuti 27 s/d 32 tahun 28 orang (28,0%) dan sisanya sebanyak 4 orang (4,0%) berumur 33 s/d 39 tahun.

c. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	28	28.0
Karyawan	16	16.0
Wiraswasta	40	40.0
PNS	12	12.0
Lain-Lain	4	4.0
Jumlah	100	100,0

Sumber: data primer diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa mayoritas responden mahasiswa yaitu sebanyak 28 orang (28%), kemudian karyawan sebanyak 16

orang (16%), kemudian wiraswasta sebanyak 40 orang (40%), kemudian PNS sebanyak 12 orang (12%), dan sisanya lain - lain sebanyak 4 orang (4%).

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam mendeskripsikan variabel penelitian, nilai rata-rata masing-masing responden pada masing-masing variabel dikelompokkan (kategorisasi) dalam 7 faktor, yaitu :

a. Faktor produk ($X_{1.1}$)

Selanjutnya dari skor skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik.

Terkait dengan kriteria tersebut dalam tabel 8, bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah. Menentukan batasan kategori akan digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 8 : Faktor Produk dan Persentase Produk

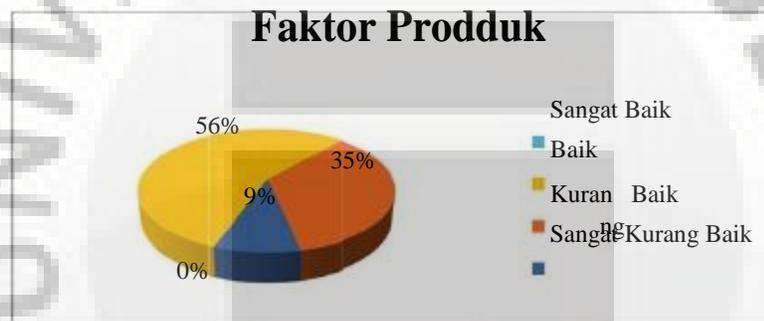
Rentangan Norma	Nilai Kategori	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\bar{x} + 1,5 Sd < X$	$23.0515 < X$	Sangat Baik	0	0
$\bar{x} + 0,5 Sd < X \leq \bar{x} + 1,5 Sd$	$19.63 < X < 23.0515$	Baik	56	56
$\bar{x} + 1,5 Sd < X + \leq \bar{x} - 0,5 Sd$	$16.2085 < X < 19.63$	Kurang Baik	35	35
$\bar{x} \leq X - 1,5 Sd$	$16.2085 > X$	Sangat Kurang Baik	9	9
Jumlah				100%

Sumber: data primer diolah, (2013)

Keterangan :
 \bar{x} : Rata-rata hitung
 Sd : Simpangan baku
 X : Skor Total

Berdasarkan faktor prroduk tabel 8, dapat diketahui bahwa tidak ada responnden berkattegori sangat baik, diikkuti dengan (56%) kateegori baik, (35%) kategoori kurang baik dan (9%) kaategori sanngat sauga kurang baik. Berdaasarkan hassil tersebut dapat disimpulkan baahwa sebagian besar subjek cendeerung mengaanalisis bahhwa faktor produk berkkategori baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analiisis stratig pemasarran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 4. Histogram Faktor Produk

b. Fakto harga (X_{1.2})
or

Selanjutnya dari sko skala, pannelitian ini dikategorissasikan ke dalam empat kriteria sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kuraang baik. Teerkait dengan kriteria tersebut dalam tabe 9, bertuujuan untuk menempatkan individu ke dalaam kelompok-kelompok yang terppisah. Mennentukan baatasan kategori akan diggunakan rummus sebagai berikut:

Tabel 9 : Faktor Harga daan Persentaase Harga

Renntangan Noorma	NilaiN	Kategoo	KKategori	Frekuensi	Persentaase
$+ 1,5 Sd < X$	$22.88365 < X$		Sanngat Baik	0	0
$+ 0,5 Sd < X \leq + 1,5 Sd$	$19.888 < X < 22.88365$		Baik	61	61
$+ 1,5 Sd < X + \leq - 0,5 Sdd$	$16.99235 < X < 199.88$		Kurrang Baik	34	34
$\leq X - 1,5 SdS$	$16.99235 > X$		SangatS Kurrang Baik	5	5
Jumlaah					100% %

Sumber: data primer diollah, (2013)

Keterangan :
 : Rata-rata hitung
 Sd : Simpangan baku
 X : Skor Tottal)

Berdasarkan faktor haarga tabel 9, dapat dikeetahui bahw tidak ada yang kategoori sangat baik, diikuuti dengan (61%) kategoori baik, (34%) kategoori kurang baik dan (5%) kategoori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai menganalisis baihwa faktor harga kategoori baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analiisis stragig pemasarran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berrikut:



Gambar 5. Histogram Faktor Harga

c. Faktor tempat (X_{1.3})

Selanjutnya dari skor skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik. Terkait dengan kriteria tersebut dalam tabel 10, bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah. Menentukan batasan kategori akan digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 10 : Faktor Tempat dan Persentase Tempat

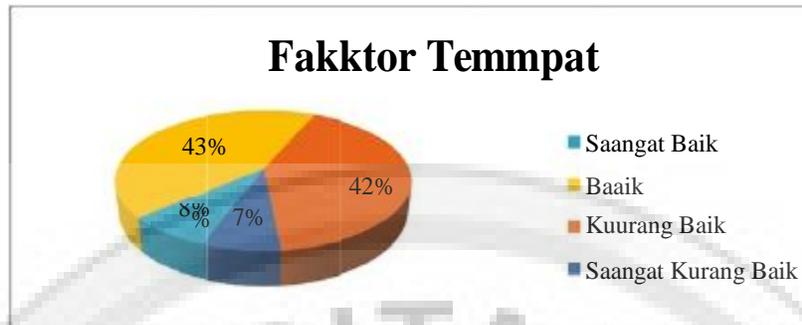
Rentangan Norma	Nilai Kategori	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\bar{x} + 1,5 Sd < X$	$25.9995 < X$	Sangat Baik	8	8
$\bar{x} + 0,5 Sd < X \leq \bar{x} + 1,5 Sd$	$22.26 < X < 25.9995$	Baik	43	43
$\bar{x} + 1,5 Sd < X + \leq \bar{x} - 0,5 Sd$	$18.5205 < X < 22.26$	Kurang Baik	42	42
$\bar{x} \leq X - 1,5 Sd$	$18.5205 > X$	Sangat Kurang Baik	7	7
Jumlah				100%

Sumber: data primer diolah, (2013)

Keterangan :
 \bar{x} : Rata-rata hitung
 Sd : Simpangan baku
 X : Skor Total

Berdasarkan faktor tempat tabel 10, dapat diketahui bahwa (8%) kategori sangat baik, diikuti dengan (43%) kategori baik, (42%) kategori kurang baik dan (7%) kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa faktor tempat berkategori baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analisis Business Plan Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 6. Histogram Faktor Tempat

d. Faktor promosi (X_{1.4})

Selanjutnya dari skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik.

Terkaait dengan kriteria tersebut dalam tabel 11, bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah.

Meneentukan batasan kategori akan digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 11 : Faktor Promosi dan Persentase Promosi

Rentangan Normm	Nilai Kategori	Kateggori	Freekuensi	PPersentase
$X < 1,5 Sd$	$19.6966 < X$	Sangat Baik	0	0
$0,50 Sd < X \leq + 1,5 Sd$	$16.69 < X < 19.6966$	Baiik	56	56
$1,51 Sd < X + - 0,5 Sd$	$13.684 < X < 16.699$	Kurangg Baik	38	38
$X \leq - 1,5 Sdd$	$13.6844 > X$	Sangat Kurangg Baik	6	6
Jumlah				100%

gan :

Rata-rata hitung
Sd : Simpangan baku
X : Skor Total

Berdasarkan faktor promosi tabel 11, dapat diketahui bahwa tidak ada yang berkategori sangat baik, diikuti dengan 56%) kategori baik, (38%) kategori kurang baik dan (6% kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil

49



Sumber: Data primer diolah, (20013)

:R

at

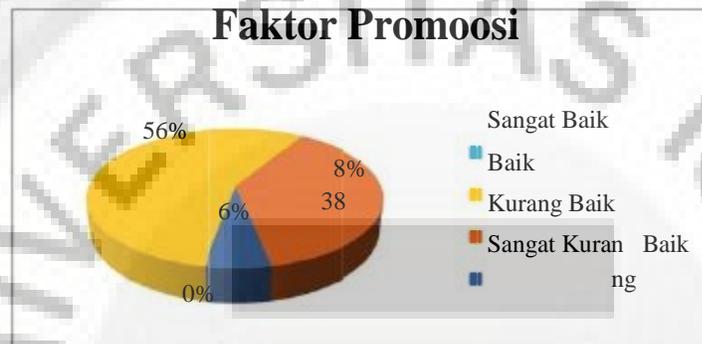
ri

(5

%)

tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa faktor promosi bernilai baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analisis strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Fakttor Promosi

e. Faktor karyawan (X_{1.5})

Selanjutnya dari skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik.

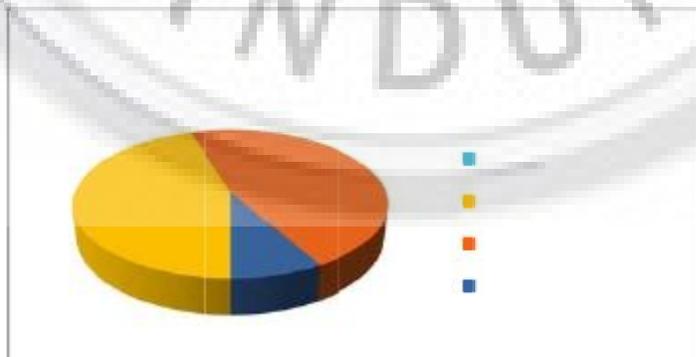
Terkaait dengan kriteria tersebut dalam tabel 12, bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terppisah.

Meneentukan batasan kategori akan digunakan rummus sebagai berikut:

Tabel 12: Faktor Karyawan dan Persentase Kaaryawan

Renntangan Norma	Nillai Kategorii	Kateegori	Frekuensi	Persentase
$X < \mu - 1,5 Sd$	$19.53375 < X$	Sangat Baik	0	0
$\mu - 0,5 Sd < X \leq \mu + 1,5 Sd$	$16.2 < X < 19.5375$	BaaiK	45	45
$\mu - 1,5 Sd < X \leq \mu - 0,5 Sd$	$12.86625 < X < 16.2$	Kurangn Baik	47	47
$X > \mu + 1,5 Sd$	$12.86625 > X$	Sanngat Kurannng Baik	8	8
Jumlahh				100%

an :



: Rata-rata hitung

Sd : Simpangan baku

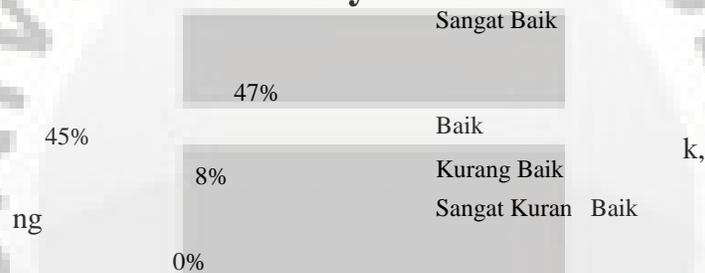
X : Skor Total)

Berdasarkan faktor karyawan tabel 12, dapat diketahui tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan (45%) kategori baik (47%) kategori kurang baik dan (8%) kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa faktor karyawan bernilai kurang baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analisis strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:

Sumber: Data Primer diolah, (2013)

Faktor Karyawan



Gambar 8. Histogram Fakttor Karyawwan

f. Faktor proses (X_{L6})

Selanjutnya dari skor skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik. Terkait dengan kriteria tersebut dalam tabel 13, bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah. Menentukan batasan kategori akan digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 13 : Faktor Proses dan Persentase Proses

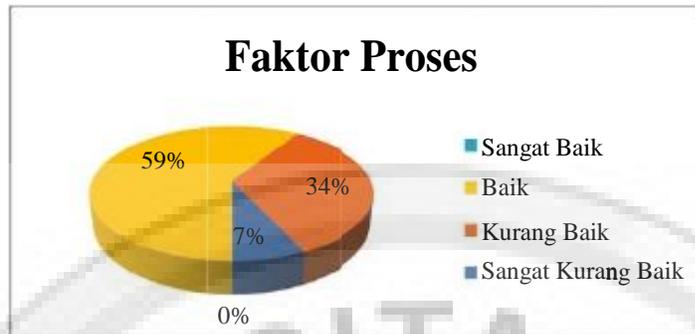
Rentangan Norma	Nilai Kategori	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\bar{X} + 1,5 Sd < X$	$31.0375 < X$	Sangat Baik	0	0
$\bar{X} + 0,5 Sd < X \leq \bar{X} + 1,5 Sd$	$25.42 < X < 31.0375$	Baik	59	59
$\bar{X} + 1,5 Sd < X + \leq \bar{X} - 0,5 Sd$	$19.8025 < X < 25.42$	Kurang Baik	34	34
$\bar{X} - 1,5 Sd > X$	$19.8025 > X$	Sangat Kurang Baik	7	7
Jumlah				100%

Sumber: Data primer diolah, (2013)

Keterangan :
 \bar{X} : Rata-rata hitung
 Sd : Simpangan baku
 X : Skor Total

Berdasarkan faktor proses tabel 13, dapat diketahui tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan (59%) kategori baik, (34%) kategori kurang baik dan (7%) kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa faktor proses bernilai baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analisis Business Plan Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Faktor Proses

g. Faktor Pelayanan (X_{1.7})

Selanjutnya dari skala, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam empat kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik.

Terkaait dengan kriteria tersebut dalam tabel 14, bertujuan untuk menemmpatkan individu ke dalam kelompok--kelompok yang terppisah.

Meneentukan batasaan kategori akan digunakan rummus sebagai berikut:

Tabel 14. Faktor Pelayanan dan Presentase Pelaaayan

Rentangan Normm	Nilai Kategori	Kateegori	Frrekuensi	Prosentase
$+1,5 Sd < X$	$31.06335 < X$	Sangatt Baik	0	0
$+0,50 Sd < X \leq +1,5 Sd$	$25.62 < X < 31.0635$	Baaik	59	59
$+1,51 Sd < X + r - 0,5 Sd$	$20.17665 < X < 25.62$	Kurangg Baik	31	31
$\leq aX - 1,5 Sdd$	$20.1765 > X$	Sangat Kurangk Baaik	10	10
Jumlahh				100%

an :

: Rata--rata hitung

Sd : Simppangan baku

X : Skor Total

Berdasarkan faktor pelayanan tabel 14, dapat dikeetahui tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan (59%) kaategori baik (31%) kategorie

53

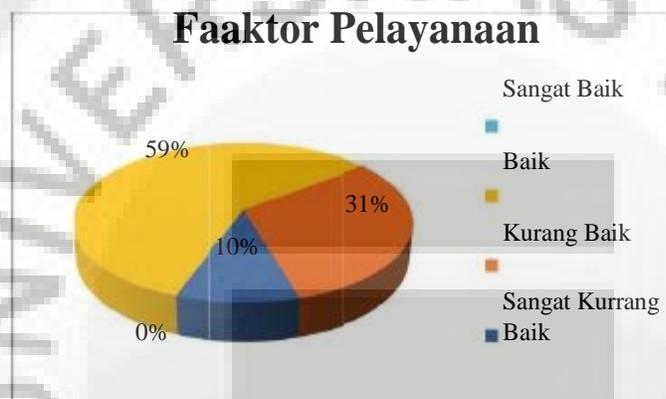


Sumber: Data primer diolah, (2013)

k,

kurang baik dan (10%) kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa faktor pelayanan bernilai baik.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran dalam bentuk histogram analisis strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 10. Histogram Faaktor Pelayanan

h. Total Pengkategorian ($X_{1.8}$)

Selanjutnya dari total skor skala pada tabel pengkategorian, terkait dengan keseluruhan faktor-faktor dapat menghasilkan kesimpulan. Demikian kesimpulan tersebut :

Tabel 15. Total Pengkategorian dan Total Persentase

Rentangan Norma	Nilai Kategori	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\bar{x} + 1,5 Sd < X$	$160.814 < X$	Sangat Baik	0	0
$\bar{x} + 0,5 Sd < X \leq \bar{x} + 1,5 Sd$	$145.7 < X < 160.814$	Baik	53	53
$\bar{x} + 1,5 Sd < X + \leq \bar{x} - 0,5 Sd$	$130.586 < X < 145.7$	Kurang Baik	45	45
$\bar{x} - 1,5 Sd$	$130.586 > X$	Sangat Kurang Baik	2	2
Jumlah				100%

Sumber: Data primer diolah, (2013)

Keterangan :
- : Rata-rata hitung
Sd : Simpangan baku
X : Skor Total

Berdasarkan total faktor yang diperoleh tabel 15, dapat diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan (53%) kategori baik, (45%) kategori kurang baik dan (2%) kategori sangat kurang baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai analisis bahwa total pengkategorian dari keseluruhan bernilai baik. Dari hasil total pengkategorian yang di hasilkan oleh beberapa faktor mendapatkan persentase (53%) berkategori baik, yang dihasilkan dari rentangan norma nilai kategori $145.7 < X < 160.814$ diperoleh oleh perhitungan rentangan norma.

Untuk lebih mudah dipahami, maka disajikan gambaran total pengkategorian dalam bentuk histogram analisis strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung sebagai berikut:



Gambar 11. Histogram Tottal Pengkategorian

D. Pembahasan

(1) Faktor produk dengan kategori baik diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, diikuti dengan (56%) kategori baik, (35%) kategori kurang baik dan (9%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor produk adalah (56%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $19.63 < X < 233.0515$, maka analisis *member* terhadap strategi pemasaran Rebel Gym Fitness Centre Bandung dinyatakan baik. Hal ini karena produk jasa yang ditawarkan kepada *member* sangat baik dan memuaskan, produk jasa diperoleh yaitu *gym*, *swimming pool*, *sauna*, dan *health class* yang meliputi: (*fun aerobic*, *body shapping*, *body language*, and *yoga*), serta hal tersebut didukung dengan adanya instruktur *gym* yang berkompeten.

(2) Faktor harga dengan kategori baik, diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, diikuti dengan persentase (61%) kategori baik, (34%) kategori kurang baik dan (5%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor harga adalah (61%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $19.88 < X < 22.8365$. Analisis *member* Business Plan Rebel Gym Fitness Centre Bandung dinyatakan baik. Hal ini karena target pemasaran ditunjukkan kepada masyarakat menengah keatas, dengan tingginya harga yang ditetapkan oleh pihak Rebel Gym Fitness Centre Bandung berbanding lurus dengan fasilitas dan pelayanan yang di dapatkan oleh pengguna.

(3) Faktor tempat dengan kategori baik, diketahui bahwa (8%) kategori sangat baik, diikuti dengan persentase (43%) kategori baik, (42%) menilai kurang baik dan (7%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor tempat adalah (43%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $22.26 < X < 25.9995$. Maka, Analisis Business Plan Rebel Gym Fitness Centre Bandung dinyatakan baik. Hal ini karena

member merasa puas terhadap fasilitas-fasilitas sarana prasarana *gym* dan

swimming pool, serta sarana pendukung berupa tempat parkir yang luas, dan penataan ruang yang baik.

- (4) Faktor promosi dengan kategori baik, diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan persentase (56%) kategori baik, (38%) kategori kurang baik dan (6%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor promosi adalah (56%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $16.69 < X < 19.696$. Maka, analisis Business Plan Rebel Gym Fitness Centre Bandung dinyatakan baik. Dalam permasalahan yang ada diidentifikasi masalah, faktor promosi mempunyai kekurangan dalam Business Plan, tetapi dalam penelitian ini dihasilkan analisis *member* pada faktor promosi berkategori baik. Pengaruh lain kemungkinan di luar pengetahuan peneliti, bahwa mempunyai promosi lain yang menarik minat konsumen. Adapun macam-macam promosi yang digunakan Rebel Gym Fitness Centre tersebut, yaitu: penyebaran brosur, pamflet, pemasangan iklan/surat kabar, sosial media mencakup (*blackberry messenger, twitter, fecebook, dsb*) serta promosi yang sudah dilakukan dari mulut ke mulut (*Word of mouth*).
- (5) Faktor karyawan dengan kategori kurang baik, diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan persentase (45%) kategori baik, (47%) kategori kurang baik dan (8%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor karyawan adalah (47%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $12.8625 < X < 16.2$. Karyawan

Rebel Gym Fitness Centre mempunyai kemampuan dan pengetahuan dalam bidangnya

58

masing-masing, sehingga mampu membantu *member* jika mempunyai permasalahan dalam menggunakan produk jasa maupun alat-alat. Penyebab faktor karyawan berkategori kurang baik, dapat dilihat dari cara berpakaian karyawan yang kurang baik, tutur kata kepada konsumen kurang sopan dan kualitas sumber daya manusia masih kurang baik.

(6) Faktor proses dengan kategori baik, diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan persentase (59%) kategori baik, (34%) kategori kurang baik dan (7%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor proses adalah (59%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $25.42 < X < 31.0375$. Hal ini karena semua karyawan yang ada di Rebel Gym Fitness Centre memiliki proses pelayanan

yang sangat baik. Sehingga *member* tidak merasa jenuh saat proses pelayanan berlangsung.

(7) Faktor pelayanan dengan hasil baik, diketahui bahwa tidak ada kategori sangat baik, sedangkan dengan persentase (59%) kategori baik, (31%) kategori kurang baik dan (10%) kategori sangat kurang baik. Nilai terbesar yang diperoleh dalam faktor pelayanan adalah (59%) berdasarkan pada frekuensi terbanyak terletak pada interval $25.62 < X < 31.0635$. Hal ini karena kualitas pelayanan yang tinggi oleh karyawan Rebel Gym Fitness Centre terhadap

pengunjung, dan karyawan memiliki integritas yang tinggi terhadap pengunjung.



