



PENGARUH MOTIVASI DAN KUALITAS LAYANAN *PERSONAL TRAINER* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI *MEMBER FITNESS CENTER*

Dandy Rusly Pratama^{1✉}, Taufiq Hidayah², Henny Setyawati³

Jurusan Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2020

Disetujui Februari 2020

Dipublikasikan Maret 2020

Kata Kunci: Motivasi,
Kualitas Layanan,
Personal Trainer,
Keputusan Menjadi
Member

Keywords:

*Motivation, Quality Service,
Personal Trainer, Decision
To Be Member.*

Abstrak

Motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* merupakan strategi untuk menarik konsumen. Cendana *Fitness Center* (CFC) dan Grand Sport *Fitness Center* (GSFC) adalah dua dari banyaknya pelaku bisnis yang memiliki kendala dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah *member fitness* pada tiap bulannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Penarikan sampel menggunakan *non probability sampling*. Sampel berjumlah 37 *member* CFC dan 36 *member* GSFC. Analisis dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji multikoloniaritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F. Berdasarkan analisis data statistik, indikator penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian prasyarat penelitian yang meliputi uji multikoloniaritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas berdistribusi normal. Simpulan, ada pengaruh kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member fitness center* serta terdapat pengaruh motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* secara simultan terhadap keputusan menjadi *member fitness center*, sedangkan motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Saran, *personal trainer* selalu menjaga kualitas layanannya agar mendapatkan *member* baru.

Abstract

The motivation and quality of personal trainer service is a strategy to attract the consumers. The Cendana Fitness Center (CFC) and Grand Sport Fitness Center (GSFC) are two kind of many businessmen that still have a trouble in keeping fitness membership and increase the amount of the members every month. This research is to know the motivation impact and the personal trainer service quality toward the decision in becoming fitness center member. The methodology of the research is quantitative. The sampling is using non probability sampling. There are 37 samples of CFC membership and 36 samples GSFC member. The analysis of the research includes validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test and hypothesis testing which includes t test, F test and coefficient of determination. Based on statistic data analysis, the indicator of the research are valid and reliable. In requirement of examination, the research that involve multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test distribution normal. Conclusion: there are impact of personal trainer service quality toward the decision for becoming fitness center membership and there is the influence of motivation and personal trainer service quality simultaneously to be fitness membership, while motivation can't influence the decision to become a fitness center membership. Suggestion: Personal trainer keep the quality of the service to get new member.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung F1 Lantai 1, IKOR FIK UNNES
Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Indonesia, 50229
E-mail: dandy.pratama0701@gmail.com

PENDAHULUAN

Olahraga memainkan peranan penting dalam hidup dan kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai dalam olahraga sangat terkait dengan tradisi budaya masyarakat yang diwariskan secara turun menurun dari satu generasi ke generasi lainnya. Karena itu, olahraga merefleksikan nilai-nilai sosial suatu masyarakat.

Menurut Santosa Giriwijoyo (2012), olahraga adalah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana untuk memelihara gerak (yang berarti mempertahankan hidup) dan meningkatkan kemampuan gerak (yang berarti meningkatkan kualitas hidup). Seperti halnya makan, gerak (olahraga) merupakan kebutuhan hidup yang sifatnya terus menerus; artinya olahraga sebagai alat untuk memelihara dan membina kesehatan, tidak dapat ditinggalkan.

Ada beberapa jenis olahraga yang berfungsi untuk menjaga kebugaran, salah satu diantaranya yaitu *fitness*. *Fitness* adalah kegiatan olahraga pembentukan otot-otot tubuh/fisik yang dilakukan secara rutin dan berkala, yang bertujuan untuk menjaga kebugaran tubuh dan dilakukan menggunakan alat angkat beban yang di angkat sesuai kemampuan seseorang.

Meningkatnya kebutuhan dan kesadaran masyarakat akan olahraga kebugaran yang didukung dengan peningkatan kesejahteraan secara ekonomi menciptakan peluang untuk mendirikan bisnis dan industri olahraga yang bergerak dalam bisnis jasa *fitness centre* bagi orang-orang yang jeli melihat peluang untuk mendirikan usaha (Agus Susanto, 2016:15).

Adanya *fitness centre*, manusia dapat melakukan aktivitas fisik dengan maksimal tanpa memerlukan lapangan atau tempat yang

luas. Peralatan dan program latihan yang lengkap dapat diperoleh dengan bergabung di salah satu *fitness centre* yang ada. Dalam perkembangan selanjutnya, *fitness centre* menjadi salah satu usaha yang prospektif dan banyak diminati dalam dunia bisnis.

Kini *fitness center* menjadi kian populer bahkan sudah menjadi gaya hidup kalangan masyarakat yang telah menyadari pentingnya berolahraga. *Fitness center* menyediakan *personal trainer* (pelatih) yang memiliki kualitas pelayanan, berpengalaman, dan ahli dalam bidangnya untuk melayani konsumen dalam mencapai tubuh ideal, dengan menggunakan beberapa aspek dan faktor yang dimiliki berupa konsultasi, motivasi, dan membantu menentukan program latihan sesuai kebutuhan konsumen terutama dimaksudkan untuk membantu konsumen awam yang baru pertama kali berolahraga di pusat kebugaran.

Aprih Santoso dan Sri Yuni Widowati (2011:182) mengatakan kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Bagi *personal trainer*, proses fisiologis yang terjadi selama latihan fisik, akan memberikan motivasi kepada konsumen atau member *fitness center* serta manajemen *fitness center* merupakan hal yang sangat membantu untuk melaksanakan tugas *personal trainer* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau *member fitness center* secara profesional. Seorang *personal trainer* yang baik akan tahu bagaimana cara memotivasi *member*, membantu *member*

memahami apa yang sedang dilakukan serta akan membuat latihan menjadi menyenangkan dan berharga. Selain itu, dalam kegiatan melatih *member*, seorang *personal trainer* harus mampu memberikan program latihan yang berbeda antara *member* satu dengan *member* yang lain. Perbedaan tersebut meliputi perbedaan jenis kelamin, usia, berat badan, tinggi badan, kondisi kesehatan serta tujuan yang ingin dicapai dalam latihan di *fitness center*.

Motivasi adalah sebuah dorongan seseorang untuk bertindak, dorongan itu bisa berasal dari luar atau dalam diri sendiri. Menurut Aditya Kamajaya Putra (2013:378), motivasi adalah dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Agar tercapai 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. Semakin banyak *fitness centre* yang ada, masyarakat harus memilih salah satu *fitness centre* yang sesuai dengan kebutuhan dalam menjaga kebugaran.

Cendana *Fitness Center* (CFC) dan Grand Sport *Fitness Center* (GSFC) adalah dua dari banyaknya pelaku bisnis yang ada di Kota Semarang. CFC berada di lantai paling atas yaitu di lantai E1 *floor tower* Hotel Horison Semarang. Sedangkan GSFC berada di lantai paling dasar yaitu di lantai *ground* Hotel Grand Candi Semarang. CFC dan GSFC ini menyediakan fasilitas seperti peralatan *fitness*, kelas senam aerobik, kelas senam yoga, kelas zumba, sauna, spa dan kolam renang. CFC dan GSFC juga menyediakan di bidang jasa yaitu

jasa *privat trainer*. Ada dua *personal trainer* yang siap melayani *member* dalam menjalani program latihan, yaitu Abidin dan Agung di CFC, sedangkan *personal trainer* yang siap melayani *member* dalam menjalani program latihan di GSFC yaitu Ridwan dan Sindu.

Hasil observasi di CFC dan GSFC, peneliti mendapat pernyataan bahwa CFC dan GSFC masih memiliki kendala dalam mempertahankan jumlah anggota (*member*) *fitness* dan meningkatkan jumlah *member fitness* pada tiap bulannya untuk memenuhi target pendapatan tiap bulannya. Hal tersebut dapat dilihat dari fluktuatifnya para konsumen atau *member* yang bergabung dengan CFC dan GSFC pada 4 bulan terakhir yaitu pada bulan November 2016 sampai bulan Februari 2017.

Berikut ini merupakan data jumlah *member* baru Cendana *Fitness Center* dan Grand Sport *Fitness Center* pada bulan November 2016 sampai bulan Februari 2017:

Tabel 1. Data jumlah *member* baru Cendana *Fitness Center* Bulan November 2016 sampai bulan Februari 2017

Tahun	Bulan	Jumlah Member Baru (orang)	Selisih dari bulan sebelumnya	Persentase
2016	November	13		
2016	Desember	16	3	0,0508%
2017	Januari	12	-4	-0,0677%
2017	Februari	18	6	0,1016%
	Jumlah :	59		

Sumber : Cendana *Fitness Center*, 2017

Tabel 2. Data jumlah *member* baru Grand Sports *Fitness Center* Bulan November 2016 sampai bulan Februari 2017

Tahun	Bulan	Jumlah Member Baru (orang)	Selisih dari bulan sebelumnya	Persentase
2016	November	11		
2016	Desember	15	4	0,0701%
2017	Januari	18	3	0,0526%
2017	Februari	13	-5	-0,0877%
	Jumlah :	57		

Sumber: Grand Sport *Fitness Center*, 2017

Data pada tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah *member* pada CFC dan GSFC selama bulan November 2016 sampai Februari 2017 mengalami fluktuasi (naik turun), di mana dalam beberapa bulan mengalami kenaikan jumlah *member*, tetapi ada beberapa bulan yang mengalami penurunan dari bulan sebelumnya.

Dapat dilihat pada tabel 1.1 peningkatan terjadi pada bulan Desember 2016 sebanyak 3 orang kembali naik lagi bulan Februari 2017 sebanyak 6 orang. Sedangkan pada tabel 1.2 peningkatan terjadi pada bulan Desember 2016 sebanyak 4 orang kembali naik lagi pada bulan Januari 2017 sebanyak 3 orang dan penurunan pada tabel 1.1 terjadi pada bulan Januari 2017 sebanyak 4 orang. Sedangkan pada tabel 1.2 penurunan terjadi pada bulan Februari 2017 sebanyak 5 orang, sehingga dapat dikatakan bahwa keputusan menjadi *member* untuk latihan kebugaran cenderung tidak stabil.

Member CFC dan GSFC akan diperkirakan terus terjadi ketidak stabilan apabila tidak mengambil strategi untuk mengantisipasinya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan *member*, pihak manajemen harus memberi pengaruh terhadap calon konsumen agar berakhir pada pengambilan keputusan menjadi *member* untuk latihan kebugaran.

Ada beberapa strategi yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member*, yaitu menggunakan motivasi dan kualitas layanan. Zulkarnain (2012) mengatakan dengan motivasi berlatih yang tinggi yang dimiliki oleh pelanggan menjadikan pelanggan akan senantiasa berlatih di tempat tersebut, dan diharapkan minat untuk menjadi anggota di *sport club* tersebut senantiasa tinggi, apabila motivasi tidak ada maka dapat dikatakan minat untuk menjadi anggota berkurang dan bahkan

hilang. Fandy Tjiptono (2012:153) mengatakan kualitas layanan apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan.

METDODE

Desain dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Populasi dalam penelitian ini ukuran populasi yang dimaksud adalah *member* baru CFC yang berjumlah 59 dan GSFC yang berjumlah 57 orang.

Dalam memperoleh sampel, penelitian menggunakan *non probability sampling*. Syarat sampel dalam penelitian ini adalah *member* CFC dan GSFC minimal latihan 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir sebelum diteliti.

Jenis instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Wawancara (*interview*)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemimpin, karyawan dan instruktur *fitness* CFC dan GSFC untuk mendapatkan informasi mengenai data-data penunjang penelitian.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3. Angket atau Kuesioner (*questionnaires*)

Kuesioner penelitian mengembangkan kuesioner kepada responden yakni anggota CFC dan GSFC berupa pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan

data dari responden dalam objek penelitian dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti.

Teknik dalam pengukuran kuesioner menggunakan skala *likert*. Skala ini mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai dengan interval 1-5, dari sangat tidak setuju, seperti: Sangat setuju diberi skor 5, Setuju diberi skor 4, Ragu-ragu diberi skor 3, Tidak setuju diberi skor 2, Sangat tidak setuju diberi skor 1 (Sugiyono, 2010:135).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ada Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Analisis data penelitian menggunakan uji parsial atau uji-t dengan program SPSS versi 20. Perhitungan uji parsial diperoleh hasil seperti berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Parsial atau Uji t Motivasi

No	Member	Model Variabel	Nilai t	t Tabel
1	CFC	Motivasi	-,602	2,032
2	GSFC	Motivasi	-,197	2,035

Sumber : Analisis data penelitian, 2017

Hasil uji parsial (uji t) yang tercantum pada tabel 3. dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hasil Uji parsial variabel motivasi pada *member* CFC diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,602 < 2,032), maka H_0 diterima dan H_1 menyatakan tidak ada pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center*.
- 2) Hasil Uji parsial variabel motivasi pada *member* GSFC diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,197 < 2,035), maka H_0 diterima dan H_1 menyatakan tidak ada pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center*.

2. Ada Pengaruh Kualitas Layanan *Personal Trainer* Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Analisis data penelitian menggunakan uji parsial atau uji-t dengan program SPSS versi 20. Perhitungan uji parsial diperoleh hasil seperti berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Parsial atau Uji t Kualitas Layanan

No	Member	Model Variabel	Nilai t	t Tabel
1	CFC	Kualitas Layanan <i>Personal Trainer</i>	2,910	2,032
2	GSFC	Kualitas Layanan <i>Personal Trainer</i>	4,539	2,035

Sumber : Analisis data penelitian, 2017

Hasil uji parsial (uji t) yang tercantum pada tabel 4.22 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hasil Uji parsial variabel kualitas layanan *personal trainer* pada *member* CFC diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,910 > 2,032), maka H_0 ditolak dan H_2 menyatakan ada pengaruh kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center*.
- 2) Hasil Uji parsial variabel kualitas layanan *personal trainer* pada *member* GSFC diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,539 > 2,035), maka H_0 ditolak dan H_2 menyatakan ada pengaruh kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center*.
3. Ada Pengaruh Motivasi dan Kualitas Layanan *Personal Trainer* Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Uji simultan digunakan untuk menguji hipotesis tentang motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center* secara simultan atau bersama-sama. Perhitungan secara simultan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan atau Uji F

No	Member	Nilai F	F Tabel
1	CFC	4,293	3,27
2	GSFC	11,773	3,27

Sumber : Analisis data penelitian, 2017

Perhitungan pada uji simultan diperoleh hasil uji anova atau *F test* pada *member* CFC didapati nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,293 > 3,27$) dan pada *member* GSFC didapati nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,773 > 3,27$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a di terima, sehingga H_3 yang menyatakan ada pengaruh motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center* secara simultan.

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial *member* CFC dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,602 < 2,032$) dan *member* GSFC dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,197 < 2,035$). Berdasarkan hasil uji T yang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member*, didukung dengan pernyataan yang disampaikan oleh *personal trainer* bahwa banyak konsumen yang tidak memutuskan untuk menjadi *member* karena ada faktor utama yaitu kurangnya motivasi intrinsik, di mana konsumen merasa tidak bersemangat untuk berlatih karena mereka merasa tidak nyaman jika berlatih tanpa adanya teman atau rekan. Selain itu, ketidakmampuan konsumen dalam menyesuaikan diri terhadap orang baru juga menjadi faktor mengapa konsumen tidak memutuskan untuk menjadi *member*.

2. Pengaruh Kualitas Layanan *Personal Trainer* Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan *personal trainer* berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial *member* CFC dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,910 > 2,032$) dan *member* GSFC dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,539 > 2,035$). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas layanan *personal trainer* GSFC lebih tinggi dari CFC. Hal ini bisa diketahui berdasarkan hasil perhitungan deskriptif persentase variabel kualitas layanan yang menunjukkan nilai persentase indikator memberi pelayanan yang tepat, dapat di percaya *member* dan membantu kebutuhan *member* di GSFC lebih tinggi daripada di CFC.

3. Pengaruh Motivasi Kualitas Layanan *Personal Trainer* Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi *Member Fitness Center*

Hasil pengujian secara simultan memperhatikan bahwa ada pengaruh pengaruh motivasi kualitas layanan *personal trainer* secara simultan terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji Anova atau *F test* didapati pada *member* CFC didapati nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,293 > 3,27$) dan pada *member* GSFC didapati nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,773 > 3,27$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a di terima, sehingga H_a yang menyatakan ada pengaruh motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member* di *fitness center* secara simultan.

Hasil perhitungan secara parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi *member fitness center*, namun secara simultan ada pengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center*. Hal ini terjadi karena adanya sumbangan pengaruh kualitas layanan *personal trainer* yang memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center* di CFC sebesar 20,5% dan GSFC sebesar 39,2%.

Variabel bebas (motivasi, kualitas layanan *personal trainer*) memiliki sumbangan secara simultan terhadap keputusan menjadi *member fitness center* sebesar 0,202 atau 20,2% untuk CFC sedangkan GSFC sebesar 0,416 atau 41,6%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil simpulan yaitu: ada pengaruh kualitas layanan *personal trainer* terhadap keputusan menjadi *member fitness center* serta terdapat pengaruh motivasi dan kualitas layanan *personal trainer* secara simultan terhadap keputusan menjadi *member fitness center*, sedangkan motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi *member fitness center*.

Maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

- 1) Bagi *personal trainer* dan manajemen *fitness center* selalu menjaga kualitas layanan terhadap *member* agar mendapatkan *member* baru dan *member* yang lama akan bertahan melakukan latihan di *fitness center*
- 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan tema penelitian ini misalnya dengan meneliti variabel yang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan artikel ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada: Seluruh dosen dan karyawan di Jurusan Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan panduan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, kepada manajemen Cendana *Fitness Center* dan Grand Sport *Fitness Center* yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian ini, teman, dan keluarga saya yang selalu memberikan dukungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rai. 2009. *Tingkatkan Fitnes IQ Anda*. Jakarta: Gunung Mulia
- Aditya Kamajaya Putra. 2013. *Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kepuasan Kerja*. Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1 Nomor 1 Januari 2013
- Agus Susanto. 2016. *Fitness Center Business Di Kabupaten Wonosbo*. Jurnal Of Physical Education, Sport, Health, And Recreation Volume 1
- Agus Widodo. 2016. *Indo profitness best life experience online at http://indoprofitness.blogspot.co.id/p/personal-trainer_25.html* (accessed 07/02/2017)
- Alfiyah Nuraini dan Ida Maftukhah. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang*. Management Analysis Journal Volume 4 nomor 2.
- Aprih Santoso dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Sosbud Volume 13 nomor 2
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Cerika Rismayanthi. 2012. *Survei Kompetensi Personal Trainer Terhadap Program Latihan Dan Jasa Yang Diberikan Pada Member Fitnes Di Yogyakarta.* jurnal Dosen Pendidikan kesehatan dan Rekreasi FIK UNY
- Christina Widya Utami. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern.* Jakarta: Salemba Empat
- Christopher Lovelock, et al. 2011. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia.* Jakarta : Erlangga
- Dian Yuli Dkk. 2016. *Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pemilihan Fitness Center.* Jurnal Ekonomi Bisnis nomor 21
- Fabrina Sakuntala. 2011. *Representasi Citra Diri Bagi Personal Trainer Celebrity Fitness La Plaza.* Skripsi Universitas Indonesia
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management.* Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quaality and Satisfaction.* Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima,* edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset
- Farida Jasfar. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu.* Bogor: Ghalia Indonesia
- Ferianto Raharjo. 2007. *Ekonomi Teknik Analisis Pengambilan Keputusan.* Yogyakarta:Andi Ofsett
- Harsono. 1988. *Panduan Pengajar Buku Coaching Dan Aspek Psikologis Dalam Olahraga.* Jakarta. Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19,* edisi 5 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi Ketiga Belas.* Jakarta: Erlangga
- Nina Rahmayanti. 2013. *Menejemen Pelayanan Prima:* Yogyakarta: Graha Ilmu
- Riduwan. 2008. *Dasar-Dasar Statistika.*Bandung: Alfabeta
- Santosa Griwijoso. 2012. *Ilmu kesehatan Olahraga.* Bandung: Remaja Rosdakaya
- Singgih D Gunarso. 2012. *Psikologi Olahraa.* Jakarta: Gunung Mulia
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D).* Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta : Amus
- Suwardi Nitisastro. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Pespektif Kewirausahaan.* Bandung: Alfabeta
- Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen Edisi Kedua.* Bogor : Ghalia Indonesia
- Zulkarnain. 2012. *Minat Pelanggan Casablanca Club Kepala Gading Jakarta Utara.* Jurnal Universitas Islam Bekasi. Volume 3 nomor