

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Deskripsi Konseptual

1. Minat

Sebuah kegiatan tanpa di dasari oleh minat maka akan membuat kegiatan tersebut akan terasa berat dan menjenuhkan, namun apabila kegiatan tersebut di dasari oleh minat maka kegiatan tersebut akan terasa menyenangkan. Minat merupakan suatu informasi atau pengetahuan tentang seseorang atau sesuatu objek pasti harus terlebih dahulu ada dari pada timbulnya minat dari seseorang atau objek yang disajikan. Minat mempunyai peran besar dalam menentukan apa yang kita lihat, dengar dan diminati dilingkungan kita, bukan hanya alat untuk pengamatan dan kecerdasan kita.

Fungsi minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati. Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada terlebih dahulu dapat minat obyek tadi.

Ditinjau dari arti kata itu sendiri, Minat adalah suatu kecenderungan ruangan hati kepada sesuatu. Minat timbul dalam diri seseorang apabila sesuatu yang diminati itu bermanfaat, bisa dirasakan, dialami secara nyata, dan bila pihak luar juga mendorong kearah itu.¹ Minat dan kemauan yang tinggi akan menimbulkan semangat dalam jiwa. Tidak ada suatu pekerjaan yang akan menghasilkan hasil yang maksimal tanpa adanya minat dan kemauan untuk mencapai hasil tersebut. Minat dan kemauan merupakan daya dorong yang paling tinggi bagi seseorang dalam upaya seseorang dalam mencapai hasil yang telah ia rencanakan. Tanpa minat dan kemauan pekerjaan yang akan dikerjakan akan terasa kering dan gersang. Hati orang yang berkerja jika tanpa adanya minat akan terasa hambar tanpa adanya minat didalam dirinya.

Minat adalah perhatian kepada sesuatu atau kesukaan terhadap sesuatu.² Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak – gerak. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati.

¹ A.F Jaelani, *Membuka Pintu Rezeki* (Jakarta: Gema Insani, 2006) h. 66

² *Ibid.*, h.66

Minat bukanlah merupakan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang begitu saja, melainkan merupakan sesuatu yang dapat dikembangkan. Chaplin mengemukakan bahwa minat atau *interest* dapat diartikan sebagai Suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu. Satu keadaan motivasi atau satu set motivasi yang menuntut tingkah laku menuju arah tertentu.³ Singgih D. Gunarsa mengatakan minat berkaitan dengan nilai yang diberikan oleh seseorang kepada sesuatu jenis kegiatan, sehingga ia cenderung memilih dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dalam olahraga prestasi, sikap minat atlet terhadap jenis latihan yang dilakukan akan berpengaruh pada motivasi serta hasil proses pembinaannya.⁴

Minat tidak begitu saja tumbuh pada diri manusia tapi minat dapat ditumbuhkan pada diri manusia. Pada dasarnya setiap perilaku dan perbuatan seseorang didorong oleh suatu kekuatan yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri maupun luar individu yang disebut dengan motif. Motif berasal dari bahasa latin yaitu *Movere* yang berarti menggerakkan atau mendorong untuk bergerak.⁵

³ CP. Chaplin, *Kamus Psikologi* (Jakarta: CV Rajawali, 1989), h.255

⁴ Singgih D. Gunarsa, *Psikologi Olahraga* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1989), h.256

⁵ Singgih D. Gunarsa, *Pengantar Psikologi* (Jakarta: PT. BPK GM, 1989), h. 90

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Terbentuknya minat diawali oleh persaingan senang dan sikap positif. Terdapat tiga karakteristik minat, yaitu sebagai berikut:

1. Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek.
2. Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek.
3. Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan dan kegairahan untuk mendapat sesuatu yang diinginkan.⁶

Mekanisme minat seseorang timbul karena adanya dorongan biologis yang didukung oleh dorongan sosial, dimana dorongan biologis tersebut adanya dalam diri seseorang dan tidak akan berkembang tanpa adanya dorongan kultural. Buchori dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan bahwa pada dasarnya minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Minat primitif, yaitu minat yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan jaringan dari dalam diri manusia yang berkisar pada soal-soal makanan dan kebebasan aktivitas, unsur-unsur tersebut akan memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme meskipun secara langsung tidak ada sangkut pautnya pada diri seseorang.
2. Minat cultural, yaitu minat yang timbul dari adanya dorongan sosial yakni pembuatan belajar dengan taraf yang lebih tinggi merupakan sesuatu

⁶ Mila Saraswati & Ida Widaningsih, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial* (Jakarta: Grafindo Media Pratama, 2008). h.146

yang lebih tinggi bagi manusia terdidik yang ditandai oleh adanya minat yang benar-benar luas terhadap hal-hal yang bernilai.

Minat sangat diperlukan dalam proses pembelajaran karena dengan minat akan membuat pembelajaran berlajalan lancar dan akan meningkatkan prestasi karena faktor penghambat pelajaran dapat diatasi melalui minat. Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertatik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek. Minat juga dapat diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar. menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen tapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah

Minat juga dapat diartikan dalam bebas dalam memilih, kalau yang bersifat positif dan sesuai dengan minatnya tersebut maka akan timbul rasa puas, akan tetapi jika itu tidak bermanfaat maka tidak akan timbul rasa puas. Menurut Djaali minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi, atau memiliki sesuatu. Disamping itu minat, merupakan dari ranah afeks, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan lain. Gerungan

menyebutkan merupakan pengaruh perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal (ada unsur seleksi).⁷

Jadi memang minat itu tidak ada paksaan sama sekali, tidak ada pengaruh dari luar akan tetapi minat juga tidak dibawa sejak lahir melainkan setelah itu. Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen tapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

Slameto juga mengemukakan bahwa suatu minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal yang lainnya, dapat dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas. Siswa yang memiliki minat dalam objek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tertentu.⁸

Minat juga dapat diartikan sebagai rasa ingin tahu, mempelajari, mengagumi itu salah satu yang bisa menjadi minat, karena dengan kita ingin tahu, mempelajari dan mengagumi akan timbul minat, memang minat itu timbul dengan tidak ada paksaan.

⁷ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2014), h.122.

⁸ Slameto, *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), h. 180

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat :

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial, Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Sujanto dalam buku psikologi umumnya memandang minat sebagai pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.⁹

Menurut Kartini Kartono dalam bukunya Teori Kepribadian menyatakan minat merupakan momen dari kecenderungan-kecenderungan yang terarah secara intensif kepada satu objek yang dianggap penting. Pada minat selalu terdapat elemen-elemen afektif (perasaan, emosional), unsur kognitif (pengenalan), dan konatif/ volutif (keinginan mencapai suatu objek).¹⁰

Dalam kamus psikologi, Chaplin menyebutkan bahwa minat atau *interest* dapat diartikan sebagai:

- a. Suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya.
- b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
- c. Satu keadaan motivasi atau satu set motivasi yang menuntut tingkah laku menuju arah tertentu.¹¹

Sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, minat yang berbentuk perhatian yang *intens* tadi merupakan suatu reaksi organisme, baik yang

⁹ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), h. 92

¹⁰ Kartinikartono, *Teori Kepribadian* (Bandung: Penerbit Alumni, 1980), h. 78

¹¹ JP. Chaplin, *Kamus Psikologi* (Jakarta: CV Rajawali, 1989), h. 255

tampak nyata maupun yang imajiner, yang disebabkan karena rasa suka terhadap suatu objek tertentu. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat dalam diri individu sangat penting artinya bagi kesuksesan yang akan dicapai. Individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia telah menetapkan tujuan yang berguna bagi dirinya sehingga ia akan cenderung untuk menyukainya. Dari sana kemudian, segala tingkah lakunya menjadi terarah dengan baik dan tujuan pun akan tercapai.

Singgih D. Gunarsa mengatakan minat berkaitan dengan nilai yang diberikan oleh seseorang kepada sesuatu jenis kegiatan, sehingga ia cenderung memilih dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dalam olahraga prestasi, sikap minat atlet terhadap jenis latihan yang dilakukan akan berpengaruh pada motivasi serta hasil proses pembinaannya.¹²

Berdasarkan uraian pendapat dari beberapa ahli di atas, dapat dijelaskan bahwa minat merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri untuk mengetahui suatu hal secara detail dan mendalam untuk mengembangkan pengetahuan maupun potensi di dalam diri seseorang.

2. Pengunjung

Menurut International Union of Official Travel Organization (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

¹² Singgih D. Gunarsa, *Loc. Cit.*, h. 256

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata. Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

1. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
2. Usia adalah umur responden pada saat survei
3. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden
4. Tingkat pendidikan responden
5. Status pekerjaan responden
6. Status perkawinan responden
7. Pendapatan perbulan responden

Menurut International Union of Official Travel Organization (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Dwijendra dalam Bhumi menyebutkan bahwa pengunjung/pembeli adalah suatu lembaga atau individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya.¹³ Sementara Menurut Beddington aktivitas berbelanja pengunjung dapat dibedakan menjadi dua, antara lain :

- 1) Convenience Shopping merupakan kegiatan berbelanja keperluan sehari-hari. Hal yang dibutuhkan pembeli disini adalah kemudahan dan pelayanan yang cepat.
- 2) Comparison Shopping merupakan kegiatan berbelanja yang dilakukan dengan membandingkan harga, jenis, kualitas, pelayanan, dan sebagainya walaupun belum tentu membeli. Kegiatan ini juga dalam istilah lain disebut dengan Window shopping.¹⁴

¹³ Suwito Santoso, *Jakarta dan Pusat Perbelanjaan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011), h. 22

¹⁴ *Ibid*, h. 45

Berdasarkan kedua jenis aktivitas berbelanja tersebut, dapat dibedakan pengertiannya antara berbelanja dengan membeli. Membeli (to buy) adalah hasil sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dan mempunyai tujuan pasti. Penentuan barang yang hendak dibeli akan mengarahkan pembeli pada toko tertentu. Pembeli biasanya membawa dana yang cukup untuk barang yang diinginkannya. Sedangkan kata berbelanja (shopping), dalam hal ini tidak mempunyai tujuan khusus dan biasanya disertai dengan waktu yang berlebihan dan dana yang cukup. Orang berbelanja tidak hanya untuk membeli barang tertentu yang dibutuhkan dengan segera, namun juga untuk membandingkan harga, gaya, dan kualitas. Berbelanja juga dipengaruhi oleh keinginan menghabiskan waktu untuk kegiatan sosial serta meneruskan kebiasaan.

3. Mall *Pacific Place*

Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan.¹⁵ Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai.

¹⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Mall> Diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 07.15 wib

Di dalam sebuah mall, penyewa besar (*anchor tenant*) lebih dari satu (banyak). Seperti jenis pusat perbelanjaan lain seperti *toko serba ada* untuk masuk di dalamnya. Contoh dari sebuah standar mal adalah Cinere Mal dan Blok M Mall. Jika ditinjau dari lokasi, mall sebenarnya diperuntukkan berada di dekat lokasi perumahan. Karena itulah bangunan mal melebar, karena dalam pada umumnya lokasi yang dekat perumahan ini, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam bangunan mall juga umumnya terdapat atrium.

Mall adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departement store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang.¹⁶

Jadi Berdasarkan pemaparan sumber di atas dapat disimpulkan bahwa mall dapat diartikan sebagai suatu fasilitas komersial dengan wujud arsitektural berupa ruang rekreasi (jalan) yang ditata sedemikian rupa untuk menghubungkan dua titik keramaian atau lebih dengan dikelilingi iretail atau tempat penjualan berbagai kebutuhan. Dalam mall pengunjung melakukan rekreasi dengan berjalan-jalan dan sesekali melihat barang yang dijual oleh

¹⁶ Endy Marlina, *Panduan Perancangan Bangunan Komersial* (Jakarta: Andi Publisher, 2008), h. 215

retail sebelum memutuskan untuk memasuki retail tersebut. Sehingga dengan demikian esensi dari mall bukan sebagai pertokoan padat barang, namun lebih kepada sebuah tempat penjualan dengan menonjolkan rekreasi dan kenyamanan berbelanja. Hal inilah yang mengakibatkan harga barang di mall relatif lebih tinggi.

Pacific Place Jakarta adalah sebuah mall perbelanjaan yang terletak di Sudirman Central Business District, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia. Bangunan ini terbagi menjadi 3 bagian berbeda: mal *Pacific Place* bertingkat enam, pusat perkantoran *One Pacific Place*, dan tiga menara hotel *The Ritz-Carlton Pacific Place*.

Pacific Place terletak di jantung Sudirman *Central Business District* (SCBD), *Pacific Place* Jakarta menetapkan tolok ukur untuk kehidupan dan hiburan gaya hidup kelas atas. Menawarkan arsitektur modern dengan akses yang prima, *Pacific Place* berfungsi sebagai tempat belanja terdepan untuk orang-orang Jakarta.¹⁷

Pacific Place terhubung ke hotel *Ritz-Carlton* dan menawarkan perkembangan baru dan menarik untuk pusat perbelanjaan kelas atas, apartemen mewah, dan menara perkantoran. Ada juga aula grand multifungsi yang melayani opera, konser, pertunjukan live dan acara sosial.

Mall *Pacific Place* terdiri dari 6(enam) lantai, 1(satu) lantai underground dan 1 lantai basement. Mall ini mempunyai karakteristik dan

¹⁷ <http://www.pacificplace.co.id/about/> Diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 07.00 wib

pengelompokan yang sejenis dan sesuai di tiap lantainya. Dilantai 6 terdapat bioskop Blitz Megaplex, restoran, dan tempat bermain sekaligus belajar bagi anak-anak yaitu Kidzania. Kidzania merupakan tempat bermain dan belajar yang baru pertama pertama kali di Asia Tenggara. Kidzania merupakan salah satu ciri karakteristik tempat yang memang hanya dimiliki oleh *Pacific Place Mall*, yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya bahkan hingga saat ini masih satu-satunya di Asia Tenggara.

Pada lantai 4 dan 5, terdapat berbagai macam jenis restoran dan makanan mewah wetern, Asian, dan Indonesia. Lantai ini dinamakan Pacific Bay. Di lantai 3 merupakan lantai yang berkaitan dengan hoby, olahraga dan elektronik, dilantai ini terdapat tempat kebugaran yang namanya sudah terkenal didunia yaitu *Fitness First*. Sedangkan pada lantai 1 dan 2 yaitu middle fashion. Untuk high and branded fashion seperti Louis Vitton, Hermes dll terdapat di Ground Floor. Pada lower ground dan basement 1 terdapat supermarket seperti Kemchicks, apotik, dan beberapa café, restoran serta toko roti dan kue lainnya.

Visi dan Misi dari Pacific Place Mall Jakarta adalah sebagai berikut:

a. Visi

“To be the trendsetter and leader of quality lifestyle destinations and mixed use developers in south east asia”.

a. Misi

1. *For Our Customers: Provide unique one-stop solutions for customer satisfacation and deliver value added products and services”.*
2. *For our Shareholders: Maximize return on investment by maintaining properly the company’s assets, growing their values, and increasing profitability”*
3. *For our Stakeholders: Implement good corporate govermance principles and practices”.*

4. *Fittest First*

Fitness First adalah nomor perusahaan global kebugaran dengan lebih dari 430 klub diseluruh dunia, dan di Jakarta ada 9 klub yang terletak dibangunan komersil kelas A.

Club *Fitness First* buka pertama kali di kota pinggiran pantai yang populer sebagai tempat peristihatan terkenal yaitu Boumemouth, Dorset pada tahun 1993. Sekarang kami telah menjadi industry kebugaran dunia yang terdepan dengan club di 16 negara.¹⁸

Didirikan pada 1993, kini *Fitness First* telah mengoperasikan lebih 400 gerainya di Eropa, Australia, dan Asia. Dan di Asia, *Fitness First* telah dikenal sebagai *brand* yang dipercaya dengan fasilitas *Fitness* yang berkualitas

¹⁸ <https://www.fitnessfirst.co.id/id-ID/company-background/?source=footer> Diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 07.15 wib

standar dunia dan biaya member bulanan yang *affordable* bagi semua orang. Di Indonesia *Fitness First* Indonesia adalah sebuah pusat kebugaran nomor 1 dan terkemuka. Cabangnya ada di beberapa mall terkemuka, seperti Cibubur, Plaza Semanggi, Pluit Village, Senayan, Taman Anggrek, Pejaten, dan Oakwood.¹⁹

Fitness First diciptakan dengan tujuan mengembangkan rantai klub kesehatan dan kebugaran yang fokus untuk memberikan konsep klub berkualitas tinggi yang menawarkan nilai tinggi untuk uang. Sekarang di Inggris, *Fitness First* memiliki 166 klub yang sedang beroperasi

Fitness First adalah salah satu merek fitness terbesar di dunia dan terbesar di Asia Tenggara. Di Asia sendiri, terdapat 90 klub *Fitness First* di seluruh Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, dan Thailand. Dengan lebih dari 222,000 anggota yang mendatangkan hampir sebanyak 15 juta kunjungan per tahun, *Fitness First* membawa ekuitas merek yang kuat di seluruh wilayah regional. Dengan jaringan klub tak tertandingi di wilayah regional, berbagai variasi unik kelas/pengalaman Fitness berkelompok eksklusif, aplikasi terkemuka CustomFit, dan reputasi untuk pelayanan pelanggan yang prima, *Fitness First* telah berhasil membangun posisi kepemimpinan mereka di pasar kebugaran Asia yang berkembang pesat.

¹⁹ <http://www.majalahfranchise.com/franchise/112/fitnes-first-indonesia> Diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 08.00 wib

Fitness First memiliki ambisi melakukan program ekspansi selama lima tahun, *Fitness First* saat ini memiliki target kenaikan 40%, membuka hingga 35 klub baru di seluruh wilayah pada tahun 2020 dan peningkatan members lebih dari 300.000 members. Members gym akan mendapatkan jutaan keuntungan dari peningkatan klub yang ada saat ini, berupa alat fitness, latihan baru, dan peningkatkan keahlian staf.

Jaringan *Fitness First* di setiap wilayah belum tertandingi, dengan teknologi baru, klub kualitas kelas dunia dan pelayanan pelanggan yang luar biasa, yang berarti bisnis dapat berkembang sebagai pemimpin untuk memperluas posisi sebagai pemimpin fitness yang berkembang pesat di Asia.

B. Kerangka Berpikir

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertatik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek. Minat juga dapat diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar. menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen tapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

Minat juga merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan

adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju.

Pacific Place Jakarta adalah sebuah mall perbelanjaan yang terletak di Sudirman Central Business District, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia. Bangunan ini terbagi menjadi 3 bagian berbeda: mal *Pacific Place* bertingkat enam, pusat perkantoran *One Pacific Place*, dan tiga menara hotel *The Ritz-Carlton Pacific Place*. Pengunjung yang mengunjungi mall *Pacific Place* cenderung mengunjungi mall ini untuk shopping namun pengelola *Fitness First* melihat adanya peluang mendirikan usaha fitness di mall ini, oleh karena itu peneliti bermaksud mengetahui bagaimana minat pengunjung *Pacific Place* terhadap *Fitness First*.

C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis ini dalam penelitian ini yaitu:

Diduga terdapat minat terhadap pengunjung *Fitness First* di mall *Pacific Place*.