

Segmentasi Konsumen Olahraga Pilates di Salah Satu Studio Kota Bandung

by PJKR UPGRIS

Submission date: 16-Jan-2024 05:25PM (UTC+0700)

Submission ID: 2271820823

File name: 16941-58034-1-LE.docx (133.38K)

Word count: 3146

Character count: 20120

Segmentasi Konsumen Olahraga Pilates di Salah Satu Studio Kota Bandung

Pracilia Aldri Pertiwi^{a,1,*} Samsul Bahri^{a,2}

^a Sport Science, School of Pharmacy, Bandung Institute of Technology
¹ 21722006@mahasiswa.itb.ac.id. ² samsul@itb.ac.id
^{*} corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received 2023-09-06
Revised 2023-12-26
Accepted 2024-01-02

Keywords

Segmentation
Pilates Exercise

Kata kunci

Segmentasi
Olahraga Pilates

ABSTRACT

Customer satisfaction is one of the things that can be achieved by meeting the expectations of individuals. The purpose of this research is to show segmentation of pilates sport customers based on the expectations to be achieved. This research uses quantitative research methods with a descriptive approach. Questionnaires were distributed to 30 women who live in Bandung City and actively participate in Pilates sports. The segmentation framework that has been obtained can be used as a reference for understanding the profile of customers ranging from the background, reasons, to the desired expectations of each individual who participates in pilates, so that it can help the service sector to develop services that are more suitable for each type of customer. The results showed that consumer segmentation is more in unmarried women as much as 70% who are private employees (67%) using private vehicles (73%). The frequency of consumers doing pilates exercise is 1-2 times a week (70%) with the initial motive of improving and having good posture (40%). As many as 23% of pilates consumers have a long-term goal to follow this sport to become healthier. The conclusion of this study is that service sellers in the field of pilates exercise can offer services to female consumers with middle to upper economic status and improve services both in terms of pilates exercise consultation to the motives and goals desired by consumers.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang dapat dicapai dengan cara memenuhi ekspektasi para individu. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperlihatkan segmentasi pelanggan olahraga pilates berdasarkan harapan yang ingin di capai. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Kuesioner dibagikan pada 30 orang wanita yang berdomisili di Kota Bandung dan aktif mengikuti olahraga pilates. Kerangka segmentasi yang telah diperoleh dapat menjadi acuan sebagai pemahaman profil para pelanggan mulai dari latar belakang, alasan, hingga harapan yang diinginkan setiap individu yang mengikuti olahraga pilates, sehingga dapat membantu sektor jasa untuk mengembangkan layanan yang lebih sesuai untuk setiap jenis pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada segmentasi konsumen lebih banyak pada wanita yang belum menikah sebanyak 70% yang merupakan pegawai swasta (67%) dengan menggunakan kendaraan pribadi (73%). Frekuensi konsumen melakukan olahraga pilates yaitu 1-2 kali dalam seminggu (70%) dengan motif awal yaitu untuk memperbaiki dan memiliki postur tubuh yang baik (40%). Sebanyak 23% konsumen olahraga pilates memiliki tujuan jangka panjang mengikuti olahraga ini untuk menjadi lebih sehat. Kesimpulan penelitian ini adalah para penjual jasa di bidang olahraga pilates dapat menawarkan jasa pada konsumen wanita dengan status ekonomi menengah ke atas dan meningkatkan pelayanan baik dari segi konsultasi olahraga pilates terhadap motif dan tujuan yang diinginkan para konsumen.



PENDAHULUAN

Pilates merupakan olahraga abad dua puluh, dikembangkan oleh Joseph Pilates yang digunakan untuk melawan kesehatan yang buruk. Metode ini meningkatkan daya tahan, kekuatan, fleksibilitas dan keseimbangan dinamis yang melibatkan konsentris dan kontraksi eksentrik sehingga otot dapat bergerak secara statik dan dinamis (Tuğba Kuru Çolak, 2023). Latihan pilates yang berfokus pada integritas pikiran dan tubuh sudah direkomendasikan sebagai terapis non farmakologis untuk meningkatkan aktivitas fungsional serta merangsang sistem neuromuskoler dan pengobatan nyeri terutama yang disebabkan oleh cacat mekanis dan postural. (Gülşan Tas, pınar, 2023). Sistem latihan ini memiliki delapan prinsip dasar yaitu konsentrasi, pernafasan, pemusatan pada *power* (core) otot, kontrol otot, stabilitas dalam mempertahankan aktivitas, ketidakstabilan dalam gerakan, memberikan kesadaran tubuh, dan rutinitas lanjutan dari latihan (Tuğba Kuru Çolak, 2023).

Pada studi yang dilakukan oleh (Pouya, et al., 2023) peneliti memperlihatkan peserta dengan penyakit osteoarthritis lutut yang mengikuti olahraga pilates walau tidak memberikan dampak secara signifikan pada pengurangan nyeri, keterbatasan fisik dan fungsi namun memberikan dampak yang cukup signifikan pada psikologi para peserta. Selain itu (Sun Ho Kim, Jae-Kwang Sul, 2021) memperlihatkan bahwa gerakan kombinasi antara yoga dan pilates selama 12 minggu dapat memberikan efek positif terhadap massa otot rangka, metabolisme basal, dan kepuasan bentuk tubuh pada mahasiswi. Selain pada faktor fisik maupun psikis, pilates juga dapat mempengaruhi kualitas tidur yang merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi kesehatan masyarakat yang berhubungan dengan fisik dan psikologi. Studi yang dilakukan menyebutkan bahwa setelah 8 minggu pelaksanaan senam pilates sebagian komponen kualitas tidur meningkat dengan signifikan pada mahasiswi yang tinggal di asrama (Amzajerdi A, et al, 2023). Olahraga pilates bahkan digunakan pada usia lansia, dengan anggapan bahwa olahraga ini efektif dalam meningkatkan fleksibilitas bahu dan pinggang (Guimarães et al, 2014) dimana fleksibilitas atau kelentukan merupakan kemampuan tubuh dalam melakukan gerakan persendian dengan maksimal tanpa merasakan ketegangan pada otot (Tresnowati et al, 2022).

Melihat segala manfaatnya, olahraga ini mulai semakin populer di Indonesia semenjak Covid-19 menyerang. Akses internet yang mudah digunakan oleh para individu menjadikan segelintir orang mengambil peluang untuk mengembangkan bisnis olahraga dengan melakukan *work out from home* secara *online*, salah satunya yaitu olahraga pilates sebagai pilihan. Studi tentang pilates dalam beberapa literatur menunjukkan bahwa latihan pilates secara positif memengaruhi otot inti daya tahan tubuh, kesehatan mental, dan kualitas hidup sehat individu (Halil I, 2023). Masa pandemi memicu setiap orang untuk tetap menjaga kesehatan dan sistem kekebalan tubuh dalam melawan virus covid-19, juga

menjaga kesehatan mental mengingat pada masa pandemi setiap orang tidak bisa bersosialisasi secara langsung dan harus dirumah saja untuk menghindari penyebaran virus covid-19 dalam jangka waktu yang cukup lama.

Walaupun beberapa literatur menyebutkan bahwa pilates merupakan olahraga yang direkomendasikan untuk pengobatan non farmakologis, setiap individu memiliki alasan masing-masing untuk menekuni olahraga ini mengingat banyak olahraga lain yang begitu populer dan memasyarakat di Indonesia seperti lari, sepeda, sepak bola, dan yang lain nya. Melihat hal tersebut, segmentasi konsumen dilakukan untuk mengetahui hal yang dibutuhkan individu sehingga dapat mengembangkan inovasi dalam industri olahraga pilates baik dalam bidang jasa maupun produk yang ditawarkan. Segmentasi adalah kegiatan mengelompokkan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama akan suatu produk (Maulana H, 2021). Pasar memberikan beberapa karakteristik yang memberikan peluang; hal ini disebut market cells (Kotler P, 2012). Pengelompokan konsumen dilakukan berdasarkan demografi (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan) geografis (wilayah tempat konsumen berada), psikografi (gaya hidup) dan behavior (manfaat yang dicari, tingkat suatu produk, tingkah laku) (Maulana H, 2021).

Segmentasi pasar membawa keuntungan seperti menguasai posisi yang superior dan kompetitif, dan menentukan strategi komunikasi yang efektif dan efisien (Kasali R, 1998). Studi mengenai segmentasi di bidang olahraga mulai mendapat perhatian dikarenakan pasar telah berubah dan memiliki beragam produk yang sesuai dengan profil pelanggan membuat pemasaran tidak hanya berorientasi pada satu sasaran tetapi mengkhhususkan dalam mencapai sasaran pelanggan (Alguacil, dkk, 2020). Dalam penelitian ini, segmentasi demografi, psikografi dan *behaviour* menjadi fokus dalam persepsi kualitas yang terkait dengan pemenuhan harapan konsumen. Peneliti berusaha mencari tahu mulai dari usia peminat dari olahraga ini, alasan yang membuat konsumen menekuni olahraga pilates, hingga tujuan yang ingin dicapai oleh konsumen dalam menekuni olahraga ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Metode ini berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2012). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner (angket) yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini partisipan yang dipilih dipertimbangkan untuk memberi gambaran dan karakteristik yang jelas. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen di salah satu studio yang

berada di Kota Bandung. Sampel yang dipilih adalah 30 orang wanita yang telah mengikuti kelas olahraga pilates.

Prosedur

Survei lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* pada responden yang berdomisili di Kota Bandung, dilakukan untuk mendapatkan fakta dan data selama tujuh hari mulai dari tanggal 7-14 Maret 2023 dengan segmentasi demografi, psikografi dan *behavior*. Para sampel diminta untuk mengisi google form dengan sebenar-benarnya pada rentang waktu yang telah ditentukan. Adapun butir-butir pertanyaan kuesioner mengadopsi dari Rodrigues, et al (2017) dengan modifikasi yang telah disesuaikan, yaitu informasi demografis dikumpulkan dari seluruh partisipan meliputi: usia, jenis kelamin, status perkawinan, tingkat pendidikan dan status pekerjaan.

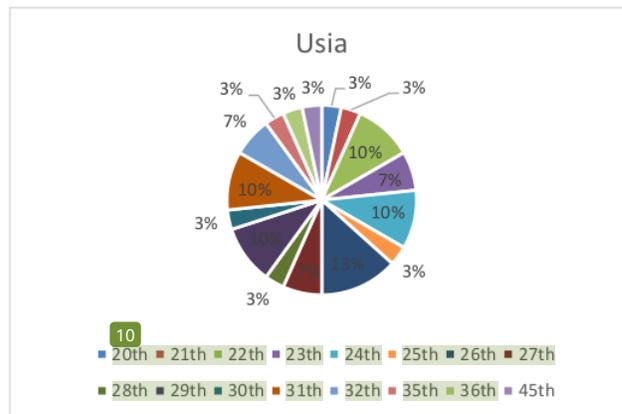
Butir pertanyaan berikutnya meliputi penyedia atribut utama yang dikutip dari King dan Casto (2006) dan yang dapat menyebabkan berhentinya seorang individu mengikuti olahraga yang telah dipilih, merujuk pada literatur (Grubbs & Carter, 2002; Whaley et al., 2006; Gyurcsik, Bray & Brittain, 2004; Irwin, 2007) yaitu: transportasi yang digunakan, jarak yang ditempuh, harga, fasilitas, pelayanan, dan akses informasi. Ekspektasi individu dalam menentukan olahraga dipilih merujuk pada literatur (Andersen et al., 1999; Ryan et al., 1997; Cropley, Ayers & Nokes, 2003) : (1) Menurunkan berat badan (2) Mencegah penyakit (3) Mengubah postur tubuh (4) Bersosialisasi (5) Menghabiskan waktu (6) Bersenang-senang (7) Meningkatkan produktivitas dan gaya hidup sehat (8) Mengikuti trend

Survey juga berisi pertanyaan yang ditujukan untuk mengevaluasi tujuan pribadi yaitu meliputi: (1) Peningkatan prestasi olahraga (2) Pembentukan massa otot (3) Peningkatan fleksibilitas (4) Peningkatan kecantikan tubuh (5) Menurunkan tingkat stress (6) Bertemu dengan orang baru (7) Menjadi lebih sehat (8) Peningkatan pengetahuan mengenai tubuh (9) Menjadi lebih Bahagia.

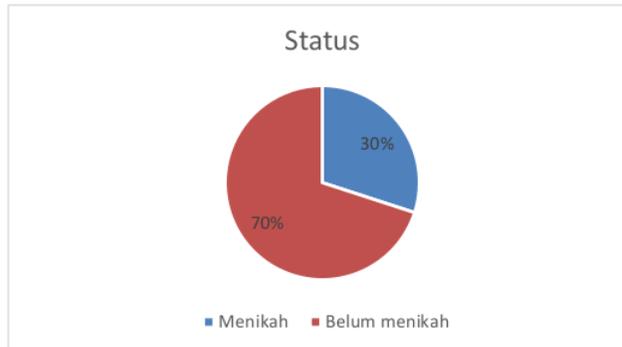
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan data segmentasi demografi mencakup karakteristik, usia dan status sosial ekonomi, menyajikan data rentan usia yang mengikuti kelas olahraga pilates yaitu 20-45 tahun didominasi oleh wanita yang belum menikah (70%) dibandingkan wanita yang sudah menikah (30%) dan memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta (67%), wirausaha (17%), Pegawai Negeri Sipil (6%) dan Mahasiswa (10%). Para responden lebih banyak menggunakan kendaraan pribadi (73%) kemudian kendaraan umum digunakan oleh delapan orang dari tiga puluh responden (27%) dengan jarak yang ditempuh 1-3 kilometer (50%), hingga 10 kilometer (17%) menuju tempat olahraga pilates. Hal ini menjadi perhatian ketika jarak yang di tempuh lebih dari 10km memperlihatkan keinginan individu untuk menekuni olahraga ini. Sumber informasi yang diserap responden mengenai pengetahuan olahraga pilates diakses melalui sosial media (53%) barulah dilanjutkan akses informasi

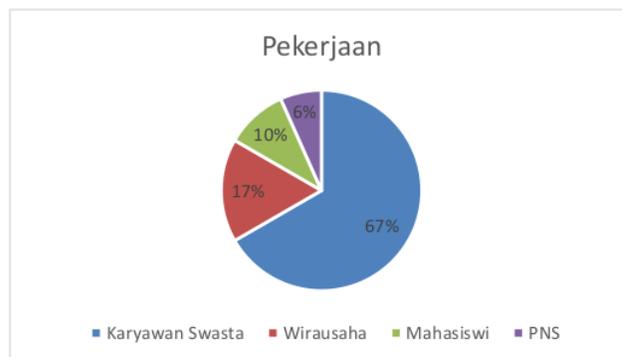
dari teman lingkungan sekitar yang mengetahui atau mungkin mengikuti olahraga pilates (40%) dan keluarga (7%).



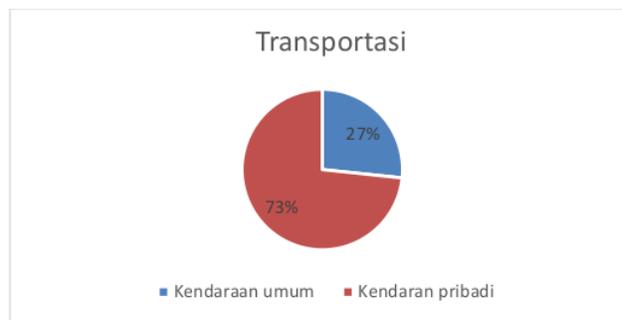
Gambar 1. Kategori Usia konsumen olahraga pilates



Gambar 2. Status perkawinan konsumen olahraga pilates



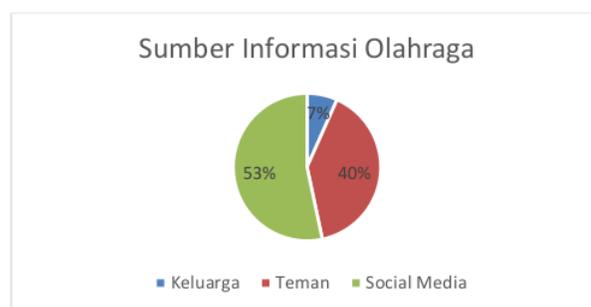
Gambar 3. Status pekerjaan konsumen olahraga pilates



Gambar 4. Transportasi konsumen olahraga pilates

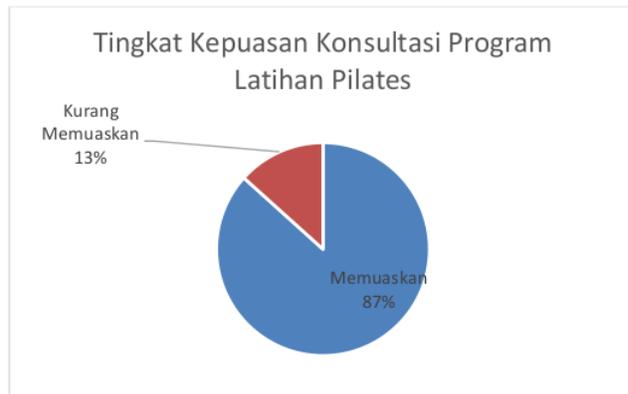


Gambar 5. Jarak yang ditempuh konsumen olahraga pilates

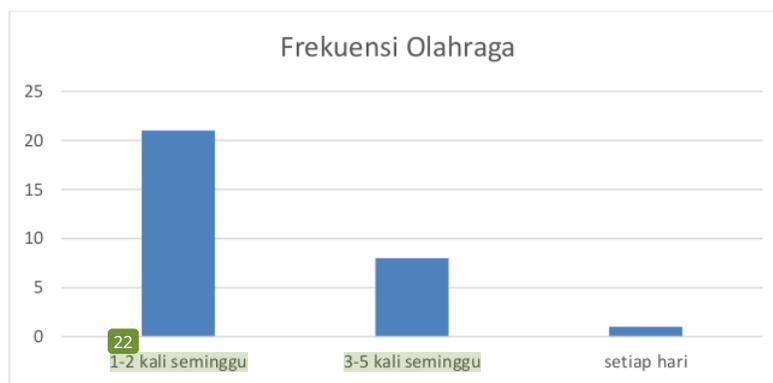


Gambar 6. Sumber informasi konsumen olahraga pilates

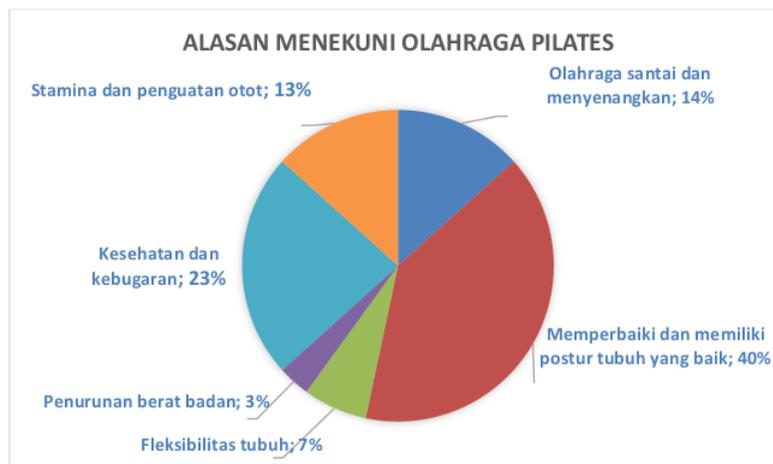
Melanjutkan hasil analisis data dari pertanyaan yang diberikan oleh peneliti mengenai tingkat kepuasan konsultasi program latihan pilates, frekuensi olahraga pilates yang dilakukan para responden, alasan para responden menekuni olahraga tersebut serta tujuan para responden mengikuti olahraga pilates menjadi fokus untuk peningkatan informasi dan pengetahuan untuk pengembangan serta inovasi dalam olahraga pilates. Jawaban dari para responden dikumpulkan dan dianalisis kemudian menghasilkan data sebagai berikut:



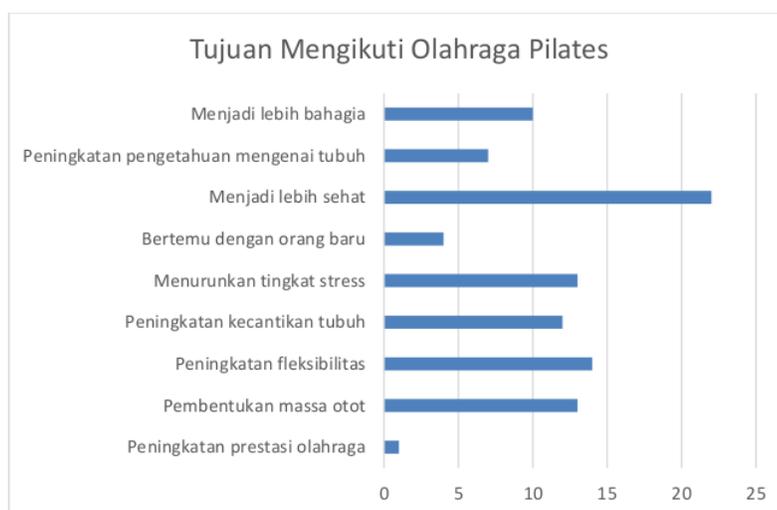
Gambar 7. Tingkat kepuasan konsultasi program latihan pilates



Gambar 8. Frekuensi olahraga pilates



Gambar 9. Alasan konsumen mengikuti olahraga pilates



Gambar 10. Tujuan (setelah) konsumen mengikuti olahraga pilates

Dari hasil yang telah dikumpulkan tingkat kepuasan responden terhadap konsultasi mengenai program latihan cukup memuaskan (87%) dan beberapa responden menjawab kurang memuaskan (13%) dengan alasan bahwa kurangnya konsultasi mengenai program latihan kepada individu tersebut. Selanjutnya frekuensi olahraga yang paling banyak dipilih oleh responden yaitu sebanyak 1-2 kali dalam seminggu (70%), kemudian 3-5 kali dalam seminggu (27%), dan melakukan olahraga ini setiap hari (3%).

Motif atau alasan para responden mengikuti olahraga pilates menghasilkan paling banyak dipilih, sebanyak dua belas responden yaitu untuk memperbaiki dan memiliki postur tubuh yang baik (40%), kemudian untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh sebanyak (23%), dilanjutkan untuk alasan pilates adalah olahraga santai dan menyenangkan (14%), olahraga yang dapat meningkatkan stamina dan penguatan otot (13%), fleksibilitas tubuh (7%) dan yang terakhir penurunan berat badan (3%). Temuan dari (Wells C et al, 2012) menunjukkan bahwa pilates adalah latihan pikiran-tubuh yang berfokus pada kekuatan, stabilitas inti, fleksibilitas, kontrol otot, postur dan pernafasan. Hal ini sesuai dengan motif atau alasan konsumen mengikuti olahraga pilates, sehingga dapat menjadi rekomendasi para penawar jasa untuk memberikan edukasi atau konsultasi kepada para konsumen sehingga konsumen merasa lebih puas akan pelayanan yang diberikan.

Terdapat beberapa literatur mengenai segmentasi dalam konteks olahraga seperti (Rodrigues, 2017) dimana tujuannya untuk mengetahui segmentasi dari pelanggan kebugaran, ataupun penelitian (Parra-Camacho dkk, 2014) dan Duclos-Bastías (2013) mengenai persepsi dampak sosial-ekonomi dari sebuah acara olahraga besar dan melakukan segmentasi yang menentukan profil para partisipan. Berkaca dari literatur yang ada, analisis data mengenai tujuan dalam mengikuti olahraga pilates menjadi perhatian untuk meningkatkan kualitas jasa maupun produk yang dapat ditawarkan kepada para

pelanggan karena masih jarang di bahas. Tujuan yang paling banyak diinginkan oleh responden adalah menjadi lebih sehat (23%), peningkatan fleksibilitas (15%), menurunkan tingkat stress dan pembentukan massa otot (14%), peningkatan kecantikan tubuh (12%), menjadi lebih bahagia (10%), peningkatan pengetahuan mengenai tubuh (7%), bertemu dengan orang baru (4%), dan yang terakhir yaitu peningkatan prestasi olahraga (1%). Penelitian lain dilakukan oleh (Oliveira et al, 2016) menyebutkan bahwa latihan penguatan otot yang dilakukan pada bagian segmen tubuh melalui olahraga pilates dapat memperlihatkan secara positif faktor yang mempengaruhi otonomi fungsional dan kualitas hidup sehingga mampu meningkatkan fleksibilitas untuk semua segmen tubuh. Hal ini sejalan dengan tujuan yang dimiliki para konsumen yaitu untuk menjadi lebih sehat dapat dan peningkatan fleksibilitas.

KESIMPULAN

Sesuai dengan rekomendasi dan penelitian terdahulu, olahraga pilates digunakan untuk menjaga kesehatan tubuh sehingga dapat melawan kesehatan yang buruk. Tujuan hidup sehat yang diinginkan oleh individu memiliki nilai yang paling tinggi. Individu yang bekerja seharian baik itu pegawai swasta, wirausaha, PNS maupun mahasiswa dapat mengalami kekakuan otot dan postur tubuh yang kurang baik mengingat posisi tubuh yang lebih banyak duduk diam selama berjam-jam. Tingkat kecemasan serta tekanan yang diberikan saat bekerja juga dapat menghasilkan stres yang dirasakan oleh individu. Penelitian (Agathe Leite, 2023) memperlihatkan hasil yang positif dan hasil yang signifikan mengenai pengurangan stres, kecemasan, dan depresi pada kesehatan yang dirasakan individu yang mengikuti olahraga pilates. Hal ini sesuai dengan alasan individu yang ingin memperbaiki dan memiliki postur tubuh yang baik dengan tujuan hidup sehat. Keinginan sehat secara fisik maupun psikis dari individu bisa menjadi peluang untuk menawarkan jasa dalam bidang olahraga pilates terhadap konsumen yang masih sekolah maupun bekerja, sehingga olahraga pilates bisa menjadi olahraga yang umum dan masyarakat di Indonesia. Para penjual jasa di bidang ini dapat meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan keinginan konsumen baik dari segi konsultasi dengan para konsumen untuk mencapai tujuan dan harapan yang diinginkan.

Segmentasi ini merupakan kontribusi untuk riset pemasaran yang belum banyak dilakukan pada cabang olahraga pilates, karena harapan atau tujuan yang merupakan salah satu aspek yang menunjang kepuasan pelanggan. Implikasi penelitian ini dapat membantu manajemen untuk membuat keputusan maupun pembaharuan berdasarkan kepuasan pelanggan agar menghindari kehilangan konsumen. Namun penelitian ini terbatas pada populasi dan hanya mewakili dari satu studio yang berdomisili di kota Bandung. Rekomendasi untuk melakukan survey dengan skala yang lebih besar agar mendapatkan memperlihatkan hasil yang representatif disarankan oleh peneliti, sehingga data dapat digunakan sebagai acuan untuk para penjual jasa maupun produk dalam cabang olahraga pilates, agar olahraga ini dapat semakin dikembangkan dan menjangkau minat setiap kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agathe Leite, A. M. (2023). *The Impact of Clinical Pilates Exercises on Tension-Type Headaches: A Case Series. 2.*
- Aibar-Almazán A, Hita-Contreras F, Cruz-Díaz D, de la Torre-Cruz M, Jiménez-García JD, Martínez-Amat A. (2019). Effects of Pilates training on sleep quality, anxiety, depression and fatigue in postmenopausal women: a randomized controlled trial. *Maturitas*. 2019;124:62–7. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2019.03.019>
- Alguacil, M.; Crespo-Hervás, J.; Pérez-Campos, C. Sociodemographic analysis of brand perception in a public sports service: From target to person buyer. *Retos*. 2020, 37, 139–146.
- Amzajerdi, A., Keshavarz, M., Ezati, M., & Sarvi, F. (2023). The effect of Pilates exercises on sleep quality and fatigue among female students dormitory residents. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 15(1), 67.
- Andersen, R.E., Wadden, T.A., Bartlett, S.J., Zemel, B., et al. (1999) Effects of lifestyle activity vs structured aerobic exercise in obese women: A randomized trial. *JAMA*, 281(4), 335–340. Retrieved from <http://dx.doi.org/10-1001/pubs.JAMA-ISSN-0098-7484-281-4-joc80705>.
- Cropley, M., Ayers, S. & Nokes, L. (2003) People don't exercise because they can't think of reasons to exercise: an examination of causal reasoning within the Transtheoretical Model. *Psychology, Health & Medicine*, 8(4), 409–414. doi:10.1080/13548500310001604540.
- De Oliveira, L. C., de Oliveira, R. G., & de Almeida Pires-Oliveira, D. A. (2016). Comparison between static stretching and the Pilates method on the flexibility of older women. *Journal of bodywork and movement therapies*, 20(4), 800-806.
- Grubbs, L. & Carter, J. (2002). The Relationship of Perceived Benefits and Barriers to Reported Exercise Behaviors in College Undergraduates. *Family & Community Health*, 25(2), 76–84. doi:10.1097/00003727-200207000-00009.
- Gülşan Tas, pınar, E. A. (2023). The effects of Pilates on pain, functionality, quality of life, flexibility and endurance in lumbar disc herniation. *Journal of comparative effectiveness research*, 2.
- Guimarães, A. C. D. A., Azevedo, S. F. D., Simas, J. P. N., Machado, Z., & Jonck, V. T. F. (2014). The effect of Pilates method on elderly flexibility. *Fisioterapia em Movimento*, 27, 181-188.
- Gyurcsik, N.C., Bray, S.R. & Brittain, D.R. (2004). Coping With Barriers to Vigorous Physical Activity During Transition to University. *Family & Community Health*, 27(2), 130–142. doi:10.1097/00003727-200404000-00006.
- Halil I, B. a. (2023). The effects of online pilates and face-to-face pilates in healthy individuals during the COVID-19 pandemic: a randomized controlled study. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 2.
- Irwin, J. D. (2007). The prevalence of physical activity maintenance in a sample of university students: A longitudinal study. *Journal of American college health*, 56(1), 37.
- Kim S-H, Sul J-K. (2021). *Effect of Pilates-yoga complex treatment on body image, muscle mass and basal metabolism in female college student*. *Ann Rom Soc Cell Biol*. 2021;25:811–7.

- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing Management*. 15th edition.
- Martínez-Cevallos, D., Proaño-Grijalva, A., Alguacil, M., Duclos-Bastías, D., & Parra-Camacho, D. (2020). *Segmentation of participants in a sports event using cluster analysis*. *Sustainability*, 12(14), 5641.
- Rabiei, P., Sheikhi, B., & Letafatkar, A. (2023). Examining the influence of pain neuroscience education followed by a Pilates exercises program in individuals with knee osteoarthritis: a pilot randomized controlled trial. *Arthritis Research & Therapy*, 25(1), 1-11.
- Rodrigues, R. G. (2017). Segmentation of Portuguese customers' expectations from fitness programs. *Journal of International Studies*.
- Ryan, R.M., Frederick, C.M., Lepes, D., Rubio, N., et al. (1997) Intrinsic motivation and exercise adherence. *International Journal of Sport Psychology*, 28(4), 335-354.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tresnowati, I., Putri, M. W., Panggraita, G. N., Nurseptiani, D., & Wijaya, M. B. S. (2022). Hubungan Kekuatan Otot Lengan dan Kelentukan Terhadap Hasil Latihan Handstand Roll. *Jendela Olahraga*, 7(2), 171-182.
- Tuğba Kuru Çolak, B. A. (2023). *Effects of Pilates exercises on idiopathic scoliosis: a scoping review of the literature*. *Scopus*, 2.
- Wells, C., Kolt, G. S., & Bialocerkowski, A. (2012). Defining Pilates exercise: a systematic review. *Complementary therapies in medicine*, 20(4), 253-262.
- Whaley, M.H., Brubaker, P.H., Otto, R.M. & Armstrong, L.E. (2006). *ACSM's guidelines for exercise testing and prescription*. 7th edition. Lippincott Williams & Wilkins.

Segmentasi Konsumen Olahraga Pilates di Salah Satu Studio Kota Bandung

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.unpak.ac.id Internet Source	1%
2	digilib.unisayogya.ac.id Internet Source	1%
3	repository.utp.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	jois.eu Internet Source	1%
6	journal.upgris.ac.id Internet Source	1%
7	repository.upi.edu Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	1%
9	ejournal.umm.ac.id Internet Source	1%

10	www.parisattitudevente.com Internet Source	1 %
11	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.earticle.net Internet Source	<1 %
13	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
14	docobook.com Internet Source	<1 %
15	elib.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
16	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
17	id.123dok.com Internet Source	<1 %
18	jurnal.upmk.ac.id Internet Source	<1 %
19	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
20	www.davidlopez.info Internet Source	<1 %
21	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %

22 jurnal.akfis-whs.ac.id <1 %
Internet Source

23 repository.unej.ac.id <1 %
Internet Source

24 www.obsesi.or.id <1 %
Internet Source

25 eprints.uny.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On